

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**  
**CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**  
**SOCIAL**



**MOTIVOS, FUNCIONES Y SIGNIFICADOS DEL USO DE**  
**LAS AGLUTINACIONES Y ABREVIACIONES LÉXICAS**  
**EN LA TELEFONÍA MÓVIL POR JÓVENES**  
**UNIVERSITARIOS DE LA CARRERA CIENCIAS DE LA**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL – UMSA, 2011**

Tesis de grado presentada para la obtención del título de licenciatura en Ciencias de la  
Comunicación Social

**POR: ROXANA RAMOS CALLISAYA**

**DOCENTE - GUÍA: Mgr. KARINA MIREYA HERRERA MILLER**

**LA PAZ – BOLIVIA**  
**Noviembre, 2013**

**CERTIFICADO DE CALIFICACIONES**

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
SOCIAL**

Tesis de grado:

**Motivos, funciones y significados del uso de las aglutinaciones  
y abreviaciones léxicas en la telefonía móvil por jóvenes  
universitarios de la Carrera Ciencias de la Comunicación  
Social – UMSA, 2011**

Presentada por: Roxana Ramos Callisaya

Para optar al grado académico de Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social

Nota numeral:.....

Nota literal:.....

Ha sido:.....

Directora de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social: Lic. Gabriela Sotomayor

Terceros

Tutor: Mgr. Karina Mireya Herrera Miller

Tribunal: Dra. Lucía Rubinic Nuic

Tribunal: Lic. Ronald Carrasco Jaldin

## **DEDICATORIA**

*A Raúl y Alvina, mis queridos padres, por su gran esfuerzo y perseverancia; a mi querida hermana Ángela por su apoyo moral y a mis seres queridos que partieron y me guían desde el cielo.*

## **AGRADECIMIENTOS**

*A Dios por todas sus bendiciones; a mi familia; a la Universidad Mayor de San Andrés por ser fuente de conocimiento en constante colaboración; a la Mgr. Karina Herrera Miller, docente de Tesis de Grado quien demuestra día a día su abnegada dedicación, paciencia a la investigación y enseñanza; a la Lic. Ana María Suaznábar de Paravicini, docente de Teoría y Análisis de los Lenguajes; a los tribunales revisores, Dra. Lucía Rubinic Nuic y Lic. Ronald Carrasco Jaldin; al Dr. Hans Van den Berg, lingüista holandés; al Dr. Xabier Albó, lingüista español; al Dr. Rodolfo Cerrón Palomino, lingüista peruano; al Lic. Eduardo Rojas, director de la Fundación Redes y a los estudiantes de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de 1<sup>ro</sup> a 5<sup>to</sup> año 2011 por su colaboración en la presente investigación.*

## ÍNDICE (TABLA DE CONTENIDO)

<b>ÍNDICE DE ILUSTRACIONES Y CUADROS.....</b>	<b>9</b>
Introducción .....	15
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>18</b>
<b>FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>18</b>
1.1. Fundamentación temática .....	18
1.2. Objeto de estudio.....	19
1.3. Fundamentación del objeto de estudio.....	20
1.4. Problema de investigación .....	21
1.5. Fundamentación del problema .....	22
1.6. Objetivos de investigación .....	23
1.6.1. Objetivo general.....	23
1.6.2. Objetivos específicos .....	23
1.7. Hipótesis de investigación.....	23
1.8. Alcances y límites de la investigación .....	25
<b>CAPÍTULO II .....</b>	<b>27</b>
<b>MODIFICACIONES DE LA ESCRITURA CON EL USO DE LA TELEFONÍA MÓVIL EN LOS JÓVENES.....</b>	<b>27</b>
2.1. La comunicación en la era digital .....	27
2.2. Lenguaje: lengua y habla .....	29
2.3. Modificaciones del lenguaje y la escritura en la telefonía móvil y la actual sociedad de la información.....	31
2.4. Aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la estructuración de mensajes de texto (SMS) en la telefonía móvil .....	38
2.5. Comunicación a través de SMS y <i>chat</i> por telefonía móvil.....	40
2.6. Signo, símbolo y emoticones en la telefonía móvil .....	48
2.7. Motivos que inducen a los jóvenes universitarios al uso de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la telefonía móvil.....	52
2.7.1. La economía .....	53
2.7.2. Identificación visual .....	54

2.7.3. Nuevo sistema de comunicación .....	54
2.7.4. Interactividad del usuario en la telefonía móvil .....	55
2.7.5. Identidad juvenil .....	56
2.8. Funciones que cumplen las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en el proceso de comunicación en la telefonía móvil .....	57
2.8.1. Las funciones del lenguaje .....	57
2.8.2. Economía de recursos tipográficos en la estructuración de los mensajes de texto.....	58
2.8.3. Economía de crédito .....	59
2.8.4. Inmediatez y rapidez de la información .....	59
2.9. Significado que le asignan los jóvenes universitarios a las aglutinaciones y abreviaciones léxicas a través del uso de la telefonía móvil.....	61
2.9.1. Conocimiento y significado de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas .....	62
2.9.2. Especialización y clasificación de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas.....	64
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>65</b>
<b>INTERNET Y LA TELEFONÍA MÓVIL EN BOLIVIA.....</b>	<b>65</b>
3.1. Breve historia de los inicios de la Internet .....	65
3.2. Aparición del Internet en Bolivia (1995) .....	66
3.3. Nacimiento y desarrollo de la telefonía móvil en Bolivia (1991).....	67
3.3.1. Breve historia de las empresas de telefonía móvil en Bolivia.....	69
3.3.2. Aparición de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la telefonía móvil.....	71
3.4. Unión de la telefonía móvil con Internet en el uso de la WEB para SMS .....	72
3.5. Brevedad y exactitud en el modo informal de la comunicación y de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas.....	75
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>76</b>
<b>JÓVENES UNIVERSITARIOS DE LA CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UMSA Y TARIFAS DE ENTEL, TIGO Y VIVA .....</b>	<b>76</b>

4.1. Universitarios de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social y el uso de la telefonía móvil .....	76
4.2. Registro de celulares y preferencia de servicios en telefonía móvil .....	78
4.3. Tarifas de Entel, Tigo y Viva para el envío de SMS .....	81
4.3.1. Tarifas y promociones de Entel .....	82
4.3.2. Tarifas y promociones de Tigo .....	87
4.3.3. Tarifas y promociones de Viva.....	92
<b>CAPÍTULO V.....</b>	<b>97</b>
<b>METODOLOGÍA .....</b>	<b>97</b>
5.1. Enfoque metodológico .....	97
5.2. Recursos metódico-técnicos de recolección y análisis.....	98
5.2.1. Estrategia metodológica .....	98
5.2.2. Tipo de estudio .....	98
5.2.3. Definición de métodos, técnicas e instrumentos para la recolección de datos .....	99
5.2.4. Métodos .....	99
5.2.4.1. Analítico- Sintético.....	99
5.2.4.2. Medición.....	100
5.2.5. Técnicas cuantitativas y cualitativas.....	100
5.2.5.1. La encuesta .....	100
5.2.5.1.1.Estructura de la encuesta.....	101
5.2.5.1.2. Determinación de la muestra .....	102
5.2.5.1.3. Tipo de muestreo.....	102
5.2.5.1.4. Tamaño de la muestra .....	102
5.2.5.1.5. Trabajo de campo.....	103
5.2.5.1.6. Levantamiento de información .....	103
5.2.5.1.7. Procesamiento de la información.....	104
5.2.5.2. La entrevista.....	104
5.2.5.2.1. Ámbito de la aplicación .....	105

5.2.5.2.2. Sistematización y análisis .....	105
5.3. Conceptos clave .....	106
5.3.1 Aglutinaciones y abreviación léxicas .....	106
5.3.2. Motivos.....	107
5.3.3. Función .....	107
5.3.4. Significado.....	108
5.4. Operacionalización de concepto .....	109
5.5. Cuadro metodológico.....	110
5.6. Modelo de análisis.....	111
<b>CAPÍTULO VI.....</b>	<b>112</b>
<b>ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....</b>	<b>112</b>
<b>“AGLUTINACIONES Y ABREVIACIONES LÉXICAS EN LA TELEFONÍA MÓVIL: MOTIVOS, FUNCIONES Y SIGNIFICADOS EN JÓVENES UNIVERSITARIOS DE LA CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD MAYOR SAN ANDRÉS” .....</b>	<b>112</b>
6.1. Análisis de los resultados de la encuesta “Motivos, funciones y significados del uso de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la telefonía móvil por jóvenes universitarios de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social en La Paz y la entrevista dirigida/estructurada a informantes clave”.....	113
6.2. Encuestados por género .....	113
6.3. Encuestados por edad.....	113
6.4. Accesibilidad del universitario a un celular propio.....	113
6.5. Uso de determinada empresa de telefonía móvil .....	114
6.6. Promociones de SMS de las compañías telefónicas .....	116
6.7. Conocimiento de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la telefonía móvil.....	117
6.8. Uso de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la estructuración de SMS en la telefonía móvil .....	118
6.9. Aglutinaciones y abreviaciones léxicas reconocibles para leerlas y comprenderlas .....	120
6.10. Modificación de la escritura por el uso de SMS en la telefonía móvil .....	121

6.11. ¿El de por qué?.....	121
6.12. Internet en el teléfono celular.....	125
6.13. Símbolo y emoticones en el celular .....	127
6.14. El uso de símbolos y emoticones para expresar el estado de ánimo mediante la comunicación por SMS y <i>chat</i> .....	128
6.15. El uso de expresión facial (símbolos) para demostrar el estado de ánimo.....	129
6.16. El uso de expresión facial (emoticones) para demostrar el estado de ánimo.....	131
6.17. Frecuencia de uso de los SMS .....	133
6.18. Cantidad de SMS abreviados enviados al día .....	134
6.19. Cantidad de SMS abreviados recibidos al día.....	134
6.20. Significado de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas: “dnd” - “Gym” - “Cms” - “U” .....	135
6.21. Uso de los modismos locales (paceños) en los SMS y <i>chat</i> .....	136
6.22. SMS a través de telefonía móvil y <i>chat</i> .....	137
6.23. Motivos que inducen a los jóvenes universitarios al uso de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la telefonía móvil: economía de crédito telefónico, identificación visual, nueva escritura de moda, interactividad e identidad juvenil .....	138
6.24. Funciones que cumplen las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en el envío de SMS en la telefonía móvil: economía de recursos tipográficos, economía de crédito telefónico, inmediatez de la información .....	141
6.25. Los significados que se asignan a los símbolos y emoticones a través del uso de la telefonía móvil .....	143
6.26. Los significados que se asignan a las aglutinaciones y abreviaciones léxicas: a través del uso de la telefonía móvil.....	145
6.27. Las aglutinaciones y abreviaciones léxicas, desventaja o/no en la formación universitaria.....	148
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>150</b>
<b>Recomendaciones .....</b>	<b>152</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>154</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>162</b>

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración Nro. 1: SMS web de Entel .....	74
Ilustración Nro. 2: SMS web de Viva .....	74
Ilustración Nro. 3: SMS web de Tigo .....	75

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro Nro. 1: Modificaciones de las palabras con combinaciones alfabéticas, numéricas y signos .....	37
Cuadro Nro. 2: Elementos de la comunicación .....	42
Cuadro Nro. 3: La escritura aglutinada y abreviada de los SMS por telefonía móvil .....	44
Cuadro Nro. 4: La escritura en los <i>chat</i> .....	46
Cuadro Nro. 5: Imágenes creadas con signos, símbolos, letras y números .....	50
Cuadro Nro. 6: Emoticones con expresiones .....	51
Cuadro Nro. 7: Modelo de Jakobson sobre los factores de la comunicación y las funciones del lenguaje .....	58
Cuadro Nro. 8: Registro de celulares al 31/ 03/ 2011 .....	70
Cuadro Nro. 9: Registro de celulares al 31/ 03/ 2011 .....	79
Cuadro Nro. 10: Registro de celulares al 31/ 03/ 2011 .....	80
Cuadro Nro. 11: Tarifas prepago Entel, Viva y Tigo en la telefonía móvil por minuto .....	81
Cuadro Nro. 12: Móviles post-pago individuales .....	83
Cuadro Nro. 13: Móviles Post-pago individuales .....	84
Cuadro Nro. 14: Internet móvil 4g Post-pago .....	85
Cuadro Nro. 15: Internet móvil 4g Pre-pago .....	85
Cuadro Nro. 16: Recarga .....	86
Cuadro Nro. 17: Plan Post- pago Básico tope mensual .....	86
Cuadro Nro. 18: Plan Post-pago corporativo exacto monto comprometido/ Plan Post- pago institución pública .....	87
Cuadro Nro. 19: Tigo post-pago .....	87
Cuadro Nro. 20: Tigo Pre-pago .....	88
Cuadro Nro. 21: Tarifa por minuto (bs) horarios .....	88
Cuadro Nro. 22: Post-pago – factura fija .....	89
Cuadro Nro. 23: Paquetes de datos Pre-pago por tiempo - NC 4646 .....	90
Cuadro Nro. 24: Paquetes de navegación por capacidad navegación .....	90
Cuadro Nro. 25: Internet total .....	91
Cuadro Nro. 26: Paquetigos SMS .....	91
Cuadro Nro. 27: Tarifas Pre-pago .....	92

Cuadro Nro. 28: Tarifas Post-pago abierto.....	93
Cuadro Nro. 29: Bolsa periodo Pre-pago .....	93
Cuadro Nro. 30: Bolsa volumen Pre-pago.....	94
Cuadro Nro. 31: Bolsas diarias de navegación .....	94
Cuadro Nro. 32: Tabla de antigüedad .....	95
Cuadro Nro. 33: Bolsas .....	95
Cuadro Nro. 34: Bolsas Pre-pago .....	96
Cuadro Nro. 35: Determinación de la muestra.....	102
Cuadro Nro. 36: Motivos, funciones y significados de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas .....	109
Cuadro Nro. 37: Principales técnicas de investigación .....	110
Cuadro Nro. 38: Modelo de análisis .....	111
Cuadro Nro. 39: Tarifas de internet móvil de Entel, Tigo y Viva.....	127
Cuadro Nro. 40: Categorías básicas de emociones.....	129
Cuadro Nro. 41: Funciones del lenguaje en la comunicación por SMS en la telefonía móvil ..	143
Cuadro Nro. 42: Símbolos y emoticones utilizados según la encuesta .....	145

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico Nro. 1: Encuestados por género.....	176
Gráfico Nro. 2: Encuestados por edad .....	176
Gráfico Nro. 3: ¿Tienes celular propio?.....	177
Gráfico Nro. 4: ¿Qué empresa de telefonía móvil utilizas?.....	178
Gráfico Nro. 5: ¿Aprovechas las promociones de SMS de las compañías telefónicas? .....	178
Gráfico Nro.6. ¿Conoces las aglutinaciones y abreviaciones léxicas es en la telefonía móvil? 179	
Gráfico Nro. 7: ¿Utilizas las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la estructuración de SMS en la telefonía móvil?.....	180
Gráfico Nro. 8: ¿Consideras que las aglutinaciones léxicas deben ser reconocibles para leerlas y comprenderlas? .....	180
Gráfico Nro. 9: ¿Crees que la escritura de los jóvenes está siendo modificado por el uso de SMS de la telefonía móvil?.....	181
Gráfico Nro.10: ¿Crees que la escritura de los jóvenes está siendo modificada por el uso de SMS de en la telefonía móvil? ¿Por qué? .....	182
Gráfico Nro.11: ¿Tienes internet en tu teléfono celular?.....	183
Gráfico Nro.12: Para el envío de SMS, tu celular cuenta con .....	184
Gráfico Nro.13: ¿Utilizas símbolos y emoticones para expresar tu estado de ánimo al comunicarte mediante SMS y chat?.....	184
Gráfico Nro. 14: ¿Qué expresión facial (símbolos) utilizas más para demostrar tu estado de ánimo?.....	185

Gráfico Nro. 15: ¿Qué expresión facial (emoticones) utilizas más para demostrar tu estado de ánimo?.....	185
Gráfico Nro. 16: ¿Con quién mensajeas frecuentemente?.....	187
Gráfico Nro. 17: ¿Cuántos SMS aglutinados y abreviados envías al día?.....	187
Gráfico Nro. 18: ¿Cuántos SMS aglutinados y abreviados recibes al día?.....	188
Gráfico Nro. 19: ¿Para ti que significan estas aglutinaciones léxicas es?.....	189
Gráfico Nro. 20: ¿Cuál de los siguientes modismos locales (paceños) usas en los SMS y chat? .....	190
Gráfico Nro. 21: Envías SMS a través de .....	191
Gráfico Nro. 22: Consideras que los motivos que inducen a los jóvenes universitarios al uso de las abreviaciones y aglutinaciones léxicas en la telefonía móvil se deben a.....	191
Gráfico Nro. 23: ¿Qué tipo de funciones cumplen las aglutinaciones y abreviaciones léxicas de texto en el envío de SMS en la telefonía móvil?.....	192
Gráfico Nro. 24: ¿Cuáles son los significados que se le asignan a los símbolos y emoticones a través del uso de la telefonía móvil?.....	193
Gráfico Nro. 25: ¿Cuáles son los significados que se le asignan a las aglutinaciones abreviaciones léxicas a través del uso de la telefonía móvil?.....	194

## **Resumen**

La presente investigación demuestra detalles sobre los Motivos, funciones y significados del uso de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la telefonía móvil por jóvenes universitarios de la Carrera Ciencias de la Comunicación Social – UMSA, 2011. El uso de las aglutinaciones y abreviaciones en el “Servicio de Mensajes Cortos” (SMS - *Short Message Service*) se construye en los teléfonos móviles utilizando las letras de sus teclados, los cuales se envían a través de la misma red telefónica inalámbrica. Este servicio encierra ciertas particularidades en el momento de escribir y leer un SMS, creando nuevos códigos de comunicación y formas alternativas de relacionamiento en la juventud, los cuales deben ser usados de modo informal y reconocible en el acto comunicativo. Metodológicamente, el presente estudio se basó en dos instrumentos: entrevistas semi-estructuradas y encuestas con preguntas cerradas y abiertas.

## **Summary**

This research demonstrates the detail about the grounds, functions and meanings of the use of lexical Abbreviations clumps and mobile telephony by university students in the career of Social Communication Sciences - UMSA, 2011. The use of the clumps and abbreviations in the " SMS - Short Message Service " is built on mobile phones using the letters on their keyboards, which are sent to the same network .This service encloses certain characteristics at the time of writing and reading an SMS, creating new communication codes and alternative forms of relationships in youth, which must be used in informally communication but instantly recognizable. Tthis study was based on the instruments: semi -structured interviews and surveys with closed and open questions.

**Palabras clave:**

Motivos, funciones, significados, aglutinaciones y abreviaciones léxicas, jóvenes y servicio de mensajes cortos (SMS).

**Keywords:**

Motives, functions, meanings, abbreviations and lexical clumps, young and short message service (SMS).

## Introducción

Las TIC aparecen en Bolivia a partir de los años noventa, insertadas a través de las empresas de telecomunicaciones (que para ese entonces lograron impactar en el mercado interno) con el novedoso sistema inalámbrico, conocido ahora popularmente como telefonía celular. La juventud fue y es la principal favorecida haciendo uso excesivo de las oportunidades que brinda este servicio: la libertad de la conexión a Internet. Las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (NTIC), en la actualidad son consideradas como la herramienta primordial y el eje articulador de esta nueva sociedad a través de la cual se produce una serie de innovaciones como el cambio del conocimiento por la información. Por otro lado, la pertenecía a esa sociedad - que Manuel Castell denominó “Sociedad Red”- es la nueva forma de pertenecer al mundo.

Manuel Castells (1999), sociólogo español que investiga profusamente la introducción de las nuevas tecnologías, señala que “esta nueva modalidad comunicativa (donde cabe la mensajería instantánea, además del correo electrónico y los salones de *chat*) está revolucionando los procesos de comunicación y la cultura”<sup>1</sup>. Es así que las TIC penetran en amplios sectores de la población boliviana y por ende, la mensajería instantánea no se vislumbra como un sistema comunicativo restrictivo a un determinado estrato social, género o edad.

A propósito de este tema, algunos estudios explican que el uso de aglutinaciones y abreviaciones léxicas a través del SMS por telefonía móvil se trata de tan sólo una moda de escritura pasajera; otros afirman que el avance de la tecnología va de la mano con el avance de las formas de comunicación. Estos estudios no se refieren a la aparición de nuevos lenguajes o idiomas sino a la combinación o adaptación de la lengua materna con los sistemas tecnológicos, los cuales sólo son usados en un medio informal.

---

<sup>1</sup> CASTELLS, M. (1999). *La Era de la Información: Economía, Sociedad y Cultura: La Sociedad Red*. México, Siglo XXI.

En este caso, la comunicación escrita en mensajes enteros y *chat* por telefonía móvil por la juventud se debe reemplazar por letras y demostrar también su estado de ánimo con símbolos y emoticones. Esta forma de comunicación usada por los jóvenes, deriva a las nuevas formas del lenguaje escrito, de modo que este sistema de comunicación responde principalmente a la economía de crédito y ahorro de caracteres; posteriormente lo siguen la interactividad y la rapidez de la información. Al respecto, Castells (1999: 396) señala “la gente moldea la tecnología para acoplarla a sus propias necesidades”. Es en ese sentido, los SMS (*Short Message Service*) “Servicio de Mensajes Cortos”, en la telefonía móvil y *chats*, son fenómenos sociales emergentes como producto informático de éxito y como uno de los usos más populares de Internet de modo que la peculiar utilización de lenguaje de la gramática y de recursos extra - lingüísticos que se dan en los SMS y *chats* es motivo de discusión. Es así también cómo, en estos entornos se puede evidenciar el destroz, según unos, o el enriquecimiento, según otros, de la escritura.

Desde esta perspectiva, la investigación presente expone como objeto de estudio motivos, funciones y significados de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas y su surgimiento en la estructuración de mensajes de texto por telefonía móvil entre los universitarios de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA en la gestión académica 2011. Como objetivos específicos se pretende establecer los motivos que inducen a los jóvenes universitarios de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social, a utilizar las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la telefonía celular; además de identificar el tipo de funciones que cumplen las mismas en procesos de comunicación e información en jóvenes universitarios que utilizan la telefonía celular. Así mismo, los induce a determinar el tipo de significados que asignan los jóvenes universitarios a las aglutinaciones y abreviaciones léxicas a través del uso de la telefonía celular.

Para resolver estas problemáticas se utilizaron dos instrumentos metodológicos: entrevistas semi–estructuradas, como acercamiento teórico al público que fue investigado y se usó también encuestas con preguntas cerradas y abiertas que permitieron precisar información cuantitativa.

En cuanto a la estructura, la presente tesis está organizada en siete capítulos de los cuales al primer capítulo se consigna la introducción, además de la justificación de la elección de todos los elementos que guiaron la investigación. El segundo capítulo presenta modificaciones de la escritura con el uso de la telefonía móvil en los jóvenes, mientras el tercer capítulo se ocupa sobre el contexto histórico detallando sobre el Internet y la telefonía móvil en Bolivia. El cuarto capítulo corresponde al contenido referencial que hace alusión a los jóvenes universitarios de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés La Paz – Bolivia durante la gestión académica 2011 y el capítulo quinto se describe la metodología, que se llevó a cabo para lograr este trabajo: análisis cuantitativo y cualitativo. En el capítulo sexto se presenta el análisis de la información respondiendo al problema de la investigación, tomando en cuenta el modelo de análisis, la recogida empírica de datos y de acuerdo a los instrumentos metodológicos empleados: entrevistas semi–estructuradas y resultados de las encuestas abiertas y cerradas aplicadas a los jóvenes universitarios de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la U.M.S.A. de 1<sup>ro</sup> a 5<sup>to</sup> año. Finalmente, el capítulo séptimo está dedicado a las conclusiones que puntualizan los logros obtenidos sobre los motivos, funciones y significados de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la telefonía móvil y los objetivos fijados al inicio de la investigación y las aportaciones que con ella se han conseguido.

Se espera haber realizado una aproximación al entorno del uso de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la telefonía móvil y su relación con los jóvenes universitarios, por lo tanto, este trabajo investigativo pretende aportar, desde distintas disciplinas, los afectos que la tecnología está provocando.

## CAPÍTULO I

### FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

#### 1.1. Fundamentación temática

Las denominadas Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) ocupan un lugar central en la sociedad y en la economía del fin de siglo, con una importancia creciente. Como señala Castells y otros (1986:13) “un nuevo espectro recorre el mundo: las nuevas tecnologías. A su conjuro ambivalente se concitan los temores y se alumbran las esperanzas de nuestras sociedades en crisis. Se debate su contenido específico y se desconocen en buena medida sus efectos precisos, pero apenas nadie pone en duda su importancia histórica y el cambio cualitativo que introducen en nuestro modo de producir, de gestionar, de consumir y de morir”.<sup>2</sup>

Estas nuevas tecnologías reintrodujeron la comunicación escrita que está retomando un valor que se parecía haber perdido desde el surgimiento de la televisión, la que sustituyó la palabra por la imagen. Se trata de una oralidad escrita, una forma más parecida a la oralidad perdida en la modernidad con la difusión del libro. Es una nueva forma de expresión, enriquecida con creativas maneras de codificar el lenguaje oral y gestual (no verbal). El uso habitual del *chat* y SMS (*Short Message Service*, en inglés “Servicio de Mensajes Cortos”) está haciendo emerger nuevas formas de relacionarse y búsqueda de mayor expresividad, a las que se puede definir de carácter literario.

En esta perspectiva, el uso de los mensajes de texto es un nuevo medio de comunicación caracterizado por el límite de la capacidad de escritura a un máximo de 160 caracteres, lo que provoca que se tenga que expresar mucho en un poco espacio.

---

<sup>2</sup> CASTELLS, M. y otros. (1986). *El desafío tecnológico*. España y las nuevas tecnologías, Madrid, Alianza Editorial.

Este medio es demasiado popular debido a su bajo costo que permite estar comunicado en diversas partes de un país o del mundo con un simple mensaje de texto. Es como eliminar las distancias existentes ya que la estructura es síncrona. Debido a la corta capacidad con la que cuenta un SMS, se tiene que utilizar aglutinaciones y abreviaciones del lenguaje para así tener una mayor expresión en menos espacio.

Esta alternativa de comunicación tiene su causa en la libertad de acción que ofrece Internet, a la que Manuel Castells define como “nuevo sistema de comunicación, que cada vez habla más de un lenguaje digital universal y que está integrado a la producción y distribución de palabras de nuestra cultura y acomodándolas a los gustos de las identidades y temperamentos de los individuos” (Castells, 1997:32).

La actual forma de expresión está siempre en un constante cambio debido a la etapa de la humanidad y desarrollo de tecnologías en la que la población se está desarrollando, manifestándose éste por medio de la rápida propagación de información es así que el fácil acceso a ella nos permite estar comunicados con casi todas las partes del mundo. En ese sentido el lenguaje juvenil se ha convertido en una faceta de las nuevas generaciones que también están encargadas de una nueva evolución de su comunicación en cuanto a la escritura informal, específicamente, al igual que el resto de la sociedad.

## **1.2. Objeto de estudio**

Siguiendo la metodología propuesta por Achig (1991) y Torrico (1993), en función de los parámetros mencionados el objeto de estudio de la presente investigación está conformado por:

**Motivos, funciones y significados de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas y su surgimiento en la estructuración de mensajes de texto por telefonía móvil entre los universitarios de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA en la gestión académica 2011.**

**Eje temático:** motivos, funciones y significados de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas y su surgimiento en la estructuración de mensajes de texto por telefonía móvil.

**Unidad de análisis:** Jóvenes universitarios que utilizan la telefonía móvil en el contexto de la UMSA.

**Ámbito geográfico:** Carrera de Ciencias de la Comunicación Social.

**Delimitación temporal:** gestión académica 2011.

### **1.3. Fundamentación del objeto de estudio**

Se observa cómo a través de las Nuevas Tecnologías los jóvenes construyen grupos y comunidades por medio de la distinción que les otorga su relación con los medios y las TIC. De esta forma, salir en grupo, divertirse con sus pares, conocer las bandas más importantes de música, mirar las series de televisión preferidas, navegar por Internet, chatear, recibir llamadas y SMS en el celular, entre otras, son formas propias de su proceso de sociabilización.

Ahora bien, esta investigación enfatiza la estructuración de SMS aglutinados o abreviados en la telefonía móvil. Para Yarco (2012:3) “el teléfono celular aparece ligado a tres aspectos básicos de la vida cotidiana de los usuarios: seguridad, coordinación e interacción social”. Sin embargo, una vez que el teléfono móvil se integra en la vida diaria de los usuarios, las funciones de coordinación e interacción toman un lugar preponderante.

En dicho contexto, la escritura que se utiliza en la elaboración de mensajes de texto en la telefonía móvil está relacionada con las aglutinaciones y abreviaciones de palabras

y el uso de signos gráficos. Su finalidad es economizar recursos tipográficos, tiempo y dinero, sobre todo este último. Por cada mensaje enviado a otro equipo móvil, se cobra un valor de Bs. 20 centavos. La extensión del mensaje de texto a Entel, Tigo y Viva es de 160 caracteres. Y he ahí la importancia del código *chat* como tipo de comunicación: tratar de “decir” más con menos palabras o signos posibles.

Es por ese motivo que en la pantalla del celular, la escritura es un lenguaje diferente a las de generaciones anteriores, en la cual los jóvenes interactúan de forma rápida sobre sus experiencias diarias y emocionales, además inmersas en el mundo de la velocidad. Hay una realidad lingüística, una verdad del habla, por lo que entendemos que no necesariamente se trata de un problema de escritura y que lo importante es tratar de explicar y aprehender que escritura y oralidad no son lo mismo, aunque sí son dos caras distintas del lenguaje. En palabras de Castells, “las redes informáticas crecen de modo exponencial, creando nuevas formas y canales de comunicación, y dando forma a la vida a la vez que ésta les da forma a ellas” (Castells, 1997: 32).

Para Vilches, “la comunicación escrita por una mayor cantidad de comparaciones por parte de la tecnología y por parte de una nueva forma del uso del texto a través de la hipertextualidad, es decir, medio del teclado del computador es la que estaría recibiendo la que sería una nueva escritura no lineal (paradójicamente la que tiene mayor futuro en la tecnología *on line*)” (2003:40).

#### **1.4. Problema de investigación**

**¿Qué tipos de motivos, funciones y significados cumplen las aglutinaciones y abreviaciones léxicas y por qué han surgido éstos en la utilización de telefonía móvil en jóvenes universitarios de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social – UMSA?**

## 1.5. Fundamentación del problema

Los nuevos formatos de la telefonía celular son convenientes por razones de índole tanto tecnológica como económica: la máxima brevedad de los mensajes. Entonces favorecen a la vez que se determina una comunicación instantánea y veloz, lo que ya de por sí impide o, al menos, no facilita la revisión del mensaje en asuntos de ortografía, redacción y estilo. Es por estas razones que las conversaciones electrónicas e intercambios de mensajes instantáneos por la red conducen a la creación de acortamientos y a la desaparición de las vocales no estrictamente indispensables. Ésta es la tendencia tal como se manifiesta en el lenguaje que emplean los jóvenes y también los adultos cuando conversan o chatean por Internet o por celular: “AZLO CRTO”, “AZLO FACIL” (Samaniego, 2003:257). Es así que los seres humanos podemos estructurar los objetos de información. Por ejemplo, inventamos los idiomas y los caracteres necesarios para comunicarlos. Los textos (secuencias de caracteres) son objetos de información estructurados. También podemos crear objetos más complejos uniendo objetos simples. Unir significa crear una conexión, asociación o vínculo imaginario entre dos objetos (por ejemplo, una palabra o un trozo de imagen). El objeto complejo que se constituye a partir de esa unión se denomina hiperobjeto así es como las TIC nos brindan herramientas para llevar a cabo transferencias instantáneas de un objeto a otro o entre varios hiperobjetos (Semenov, 2005:35).

En este marco, desde la perspectiva de la comunicación, la investigación identificó de por qué surgen las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la telefonía móvil en jóvenes universitarios y al mismo tiempo los motivos, funciones y significados que cumplen las mismas.

En esa perspectiva, las aglutinaciones y abreviaciones léxicas corresponden a elementos léxicos que adolecen de vocales que sufre generalmente una palabra con fines de abreviación, éstas las cuales deben ser informativas, ilustrativas e interpretativas para que los usuarios que son sus mismos creadores en la mayoría de los casos puedan

comprender y leerlos como estructuras reconocibles y con significados como, por ejemplo: “Te besé, te usé y te dejé”/ TBC, TUC y TDG. En relación con lo dicho anteriormente, diríamos entonces, que la cibernética podría afectar al lenguaje en un mundo globalizado pero no necesariamente en sentido negativo ya que esta escritura se maneja en la estructuración de SMS por telefonía móvil y parte de las redes sociales convirtiéndose en un carácter informal.

## **1.6. Objetivos de investigación**

### **1.6.1. Objetivo general**

- Determinar el surgimiento de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas y definir el tipo de función, motivo y significado que cumplen las mismas en los usos de los jóvenes universitarios – UMSA.

### **1.6.2. Objetivos específicos**

- Establecer los **motivos** que inducen a los jóvenes universitarios de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social – UMSA a utilizar las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la telefonía celular.
- Identificar el tipo de **funciones** que cumplen las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en procesos de comunicación e información en los jóvenes universitarios que utilizan la telefonía celular.
- Determinar el tipo de **significados** que asignan los jóvenes universitarios a las aglutinaciones y abreviaciones léxicas a través del uso de la telefonía celular.

## **1.7. Hipótesis de investigación**

Para el desarrollo de esta investigación, se formularon las siguientes hipótesis:

**H<sub>1</sub>:** Con el surgimiento del sistema SMS (*Short Message Service*) o “Servicio de Mensaje Corto” se revolucionaron las técnicas de comunicación y con ello se facilitó la comunicación a largas distancias. En ese sentido, se pudo constatar en la investigación que la motivación es el resultado de una necesidad que trasciende e induce a los jóvenes universitarios de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés al uso de SMS aglutinados y abreviados en la telefonía móvil por motivos principalmente económicos. Al tratarse de estudiantes, muchos de ellos no cuentan con el crédito suficiente en el celular para realizar una llamada, de modo que prefirieren enviar mensajes de texto, cuyo costo es de Bs 0.20 centavos cada uno. Este servicio es muy económico. Por otro lado, una llamada por minuto es de Bs. 1.50 (Entel) Bs.1.55 (Viva) y Bs. 1.73 (Tigo), de este modo es más conveniente ejecutar un SMS sintetizado caracterizado por su fácil identificación visual. Por otro lado, se aprecian dos rasgos cruciales muy marcados en esta forma de comunicación: el humor y la identidad personal que crean nuevas reglas sociales de interacción, expresadas por su participación y uso de los recursos con los que se dispone en la red. Por su parte, la identidad juvenil se relaciona con el supuesto que el individuo puede diferenciarse de todos los demás y que alrededor de este medio de diferenciación se adhieren y entrelazan otros usuarios que tengan cuestionamiento, experimentación, decisión y compromiso.

**H<sub>2</sub>:** Por otra parte, la función que cumplen las aglutinaciones y abreviaciones léxicas es de resolver el límite de 160 caracteres, descartando la ortografía y la sintaxis, convirtiendo el enunciado en una nueva escritura con sentido al ser descifrada ésta posteriormente, obteniendo los jóvenes universitarios el control, consumo de sus recursos tipográficos y ahorro de crédito telefónico. Es por tal razón que tratan de “decir” más con menos palabras o signos posibles. Consecutivamente, la inmediatez de la información y comunicación que ha llevado al ser humano que actúe y piense con agilidad, movilidad y desenvoltura son cualidades que se avienen a una escritura dispuesta a las divagaciones: a saltar de un argumento a otro, a perder el hilo cien veces y encontrar al cabo de cien vericuetos.

**H<sub>3</sub>:** Por consiguiente, comprobamos que los significados de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas son un proceso de creación por los mismos usuarios de la telefonía móvil, que inmediatamente son reconocidos de manera mental. En esta situación, los jóvenes universitarios hacen uso y comprenden dichas representaciones que ven en sus pantallas, para luego interpretarlas o descifrarlas. Consideramos que si bien es un nuevo sistema de comunicación de fácil identificación visual, que es económico, veloz, interactivo y que identifica al universitario porque éste así lo afirma, confirmamos en el proceso investigativo que el uso exagerado de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas afecta la escritura formal de los jóvenes. Esta escritura ocasiona costumbre y, por consiguiente la anuencia de la gramática correcta en redacciones académicas de tal manera que los estudiantes indicaron que en algunos casos existe una escritura informal en informes y exámenes esto a consecuencia de la rutina que utilizan al estructurar un SMS en el celular. Puntualizamos que los estudiantes tienen presente que este sistema de comunicación es solo y únicamente para un medio informal.

## **1.8. Alcances y límites de la investigación**

### **1.8.1. Alcances**

Dentro los estudios investigativos en la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés, se ha escrito en el ámbito de “Usos y gratificaciones de los SMS”<sup>3</sup>, dejando de lado un punto muy importante: la existencia de nuevos códigos en la escritura de mensajes de texto en la telefonía móvil. Tomando un punto de vista crítico desde el surgimiento de los nuevos códigos en las redes sociales, se trató de identificar qué tipos de motivos, funciones y significados cumplen las aglutinaciones y abreviaciones léxicas y por qué han surgido éstos en la utilización de la

---

<sup>3</sup>CHUQUIMIA, E. (2011). *Usos y gratificaciones del surgimiento de mensajes cortos (SMS) entre usuarios de zonas de mayor concentración de negocios de internet en la ciudad de La Paz*. Tesis para optar al grado de licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social de la U.M.S.A.

telefonía móvil en jóvenes universitarios de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social – UMSA, 2011.

En cuanto a la parte analítica, se ha optado por un enfoque cuantitativo y cualitativo; se utilizó el análisis como método que permitió descubrir las relaciones de los elementos con el objetivo de proporcionar una respuesta sistemática al problema investigado y se recurrió también a un análisis de la entrevista dirigida/estructurada aplicada a los informantes clave y, por último, se acudió al análisis estadístico.

Este estudio investigativo asumió como ejes temáticos para su desarrollo los siguientes métodos:

- El análisis de los tipos de motivos, funciones y significados de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas y su surgimiento en la telefonía móvil por jóvenes universitarios – UMSA, 2011.
- El análisis de la modificación de la escritura mediante la estructuración de SMS por telefonía móvil.
- La revisión de las tarifas y promociones de las empresas telefónicas Entel, Tigo y Viva.
- El análisis del uso y conocimiento de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas.

### **1.8.2. Límites**

La no disponibilidad de los universitarios de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social para crear un grupo de discusión acerca surgimiento y tipo de motivos, funciones y significados de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la telefonía móvil.

## CAPÍTULO II

### MODIFICACIONES DE LA ESCRITURA CON EL USO DE LA TELEFONÍA MÓVIL EN LOS JÓVENES

#### 2.1. La comunicación en la era digital

Comunicar es compartir significados mediante el intercambio de información. El proceso de comunicación se define por la tecnología de la comunicación, las características de los emisores y los receptores de la información, sus códigos culturales de referencia, sus protocolos de comunicación y el alcance del proceso. El significado sólo puede comprenderse en el contexto de las relaciones sociales en las que se procesan la información y la comunicación”<sup>4</sup>.

Empezando con *el alcance del proceso en sí mismo*, debe distinguirse entre comunicación interpersonal y comunicación social. En el primer caso, los emisores y receptores designados son los sujetos de la comunicación. En el segundo, el contenido de la comunicación se puede difundir al conjunto de la sociedad: es lo que generalmente llamamos *comunicación de masas*. La comunicación interpersonal es interactiva (el mensaje se envía de uno a otro con bucles de retroalimentación), mientras que la comunicación de masas puede ser interactiva o unidireccional. Sin embargo, con la difusión de Internet ha surgido una nueva forma de comunicación interactiva caracterizada por la capacidad para enviar mensajes de muchos a muchos a esta nueva forma histórica de comunicación que es llamada *autocomunicación de masas*.

Las tres formas de comunicación (interpersonal, comunicación de masas y auto comunicación de masas) coexisten, interactúan y, más que sustituirse, se complementan entre sí. Sin embargo, para llegar a esta convergencia, ha tenido que darse una serie de transformaciones decisivas.

---

<sup>4</sup> Schiller Dan (2007 cita en Castells 2009:87).

Para Castells “en primer lugar, existe una *transformación tecnológica* basada en la digitalización de la comunicación. En segundo lugar, la definición de emisores y receptores se refiere a la *estructura institucional y organizativa de la comunicación*. En tercer lugar, *la dimensión cultural del proceso de transformación multinivel de la comunicación*” (2009:89 - 90).

Por último, cada uno de los elementos de esta gran transformación de la comunicación representa la expresión de las relaciones sociales en última instancia de las relaciones de poder que subyacen a la evolución del sistema de comunicación multimodal. Es de ese modo que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TICs), se han convertido en organizadoras perceptivas, dimensión constitutiva del entorno cotidiano y fuente de nuevos objetos y nuevos lenguajes. Es por eso que debemos dejar de lado los aparatos tecnológicos como tales y centrarnos en los nuevos modos de percepción y de lenguaje. Son las nuevas sensibilidades y escrituras para poder comprender mejor las nuevas dinámicas suscitadas a partir de la tecnología en el ámbito social y cultural a través de la cual se produce una serie de innovaciones como es nuestro tema a tratar: “Motivos, funciones y significados del uso de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la telefonía móvil por jóvenes universitarios de la Carrera Ciencias de la Comunicación Social – UMSA, 2011”.

En dicho contexto, Castro (2012) señala que existen argumentos que los “SMS y *chat*, estropean el idioma lo que afecta especialmente a los jóvenes, que escriben peor desde que existen las (TIC). Nos parece un argumento repetitivo y desacertado, ya que no es el medio el que empeora el lenguaje sino el hablante que no es capaz de cambiar de registro”<sup>5</sup>.

Saussure (1916:10) señala que “el lenguaje es heteróclito ya que tiene dos componentes: la lengua y el habla”. Es también una facultad del ser humano; tiene la

---

<sup>5</sup> CASTRO, X. (2012). *El origen de la comunicación instantánea*. [en línea] [Consultada: 27 de junio de, 2012] <<http://www.manualdeestilo.com/escribir/el-lenguaje-de-la-mensajeria-instantanea-1/>>.

capacidad de simbolizar y expresar pensamientos, sentimientos y estados de ánimo, tema que se abordará más ampliamente en los siguientes capítulos.

En tanto, el lenguaje en el mundo virtual es dinámico, por lo cual la estructuración de SMS aglutinados en la telefonía móvil nace, crece y se modifica de la mano de los propios usuarios. Es así que las TIC fueron entrando paulatinamente en la sociedad. Las computadoras, redes, Internet, celulares, entre otros, han transformado hábitos y costumbres, en particular en lo que se refiere a los modos de comunicación. El resultado del contacto de las personas con estos nuevos avances es el de expandir la capacidad de crear, compartir y dominar la información y el conocimiento.

Por su parte, Castells indica, que la tecnología por sí misma no determina el cambio social ni el derrotero histórico que seguirá una sociedad basada en la información “la gente moldea la tecnología para acoplarla a sus propias necesidades” (1999: 396). Fonseca y Rueda (2012) añaden que “la verdadera relevancia de los avances técnicos pasa por sus usos sociales”. Por consiguiente, las Nuevas Tecnologías han empezado a tomar un lugar de importancia en los movimientos sociales que antes no tenían. Así, por ejemplo, “los movimientos antiglobalización o de resistencia global han mostrado formas de articularse en red y una capacidad de redimensionamiento de sus luchas a nivel territorial a través de formas de cooperar y actuar en diversas redes, donde cada proceso local tiene su propio lenguaje y forma de coordinación” (Fonseca y Rueda, 2012: 9). Es así que los SMS se caracterizan por incluir la mayor cantidad de información en el menor tiempo posible. Más allá del concepto lingüístico, los medios de comunicación, sean cuales fueren, siempre propician la transmisión de información y esto es algo positivo.

## **2.2. Lenguaje: lengua y habla**

El lenguaje es un elemento imprescindible para la construcción de las sociedades. Sin él, no existiría la comunicación dentro de una cultura o entre éstas. Pero también es

inherente al ser humano, porque está concebido desde que apareció en el planeta para crear un sistema de comunicación y poder subsistir sobre la base de ellos. Como se mencionó anteriormente, el lenguaje es indefinible en el ámbito de las ciencias por que interviene en elementos de diferente naturaleza, de los cuales pueden ocuparse diferentes disciplinas sin llegar a explicarlo. Así es caracterizado por Saussure como “multiuniforme y heteróclito” (1916:35), porque en su interior está el aspecto físico dado por su naturaleza sonora. Es fisiológico porque a través del aparato fonador se produce las palabras; es psicológico, por las operaciones mentales que entran cuando se habla. Es social, no solamente por su condición comunicativa, sino por pertenecer a una comunidad; es individual, porque al utilizarlo, se lo hace individualmente. Por lo tanto, el conjunto global del lenguaje es incognoscible porque no es homogéneo. Saussure señala también que “no es el lenguaje hablado el natural al hombre, sino la facultad de constituir una lengua, es decir, un sistema de signos distintos” (1916:35 - 42).

Ana María Suaznábar (2009) profesora de la asignatura *Teoría y Análisis de los Lenguajes* de la Universidad Mayor de San Andrés de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social, señala sobre la base de Ferdinand de Saussure, que “la lengua es el objeto teórico de la lingüística. Está bien definida en el conjunto heteróclito de los hechos del lenguaje”<sup>6</sup>. En tanto, Saussure (1916:41) “conceptualiza a la lengua, como distinta del habla”. El autor manifiesta que la lengua es un objeto que se puede estudiar separadamente. Ya no hablamos de las lenguas muertas, pero podemos muy bien asimilar su organismo lingüístico. La ciencia de la lengua no sólo puede prescindir de otros elementos del lenguaje, sino éste sólo es posible a condición de que esos otros elementos no se inmiscuyan. Mientras que el lenguaje es heterogéneo, la lengua así delimitada es de naturaleza homogénea: es un sistema de signos en el que sólo es esencial la unión del sentido y de la imagen acústica, y en el que las dos partes del signo

---

<sup>6</sup> Apunte de las clases Suaznábar (2009) profesora de la asignatura *Teoría y Análisis de los Lenguajes* de la Universidad Mayor de San Andrés de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social.

son igualmente psíquicas”<sup>7</sup>. Es así que, Saussure, señala que el habla es un acto individual de la voluntad y de la inteligencia, en el cual conviene distinguir: 1. °) las combinaciones por las que el sujeto hablante utiliza el código de la lengua con miras a expresar su pensamiento personal y 2. °) el mecanismo psicofísico que le permite exteriorizar esas combinaciones (1916:40).

En el mismo contexto, el habla es el uso personal de la lengua porque cuando un individuo habla, elige un mensaje seleccionado del sistema de los signos y reglas que le convienen en un tiempo o momento determinado. El individuo tiene la capacidad de variar el habla. Pueden existir tantas hablas como tantas personas existan en una comunidad lingüística, de modo que el habla es producto del presente, del ahora y aquí como realización efectiva de la lengua en un punto del vector del tiempo. Por tanto la lengua y el habla están interrelacionadas y juntas conforman el lenguaje. Se llega entonces a la conclusión que el lenguaje, la lengua y el habla pertenecen al plano oral de la comunicación, el uso por parte de los hablantes es el que les da vida y vigencia. A continuación se desarrollará las modificaciones que sufren en el lenguaje y la escritura en la actual sociedad de la información.

### **2.3. Modificaciones del lenguaje y la escritura en la telefonía móvil y la actual sociedad de la información**

Se denomina Sociedad de la Información al momento histórico actual caracterizado por la injerencia y papel preponderante que tienen las tecnologías de información y comunicación en el desarrollo del sector económico-productivo, político y socio cultural; particularmente debido a la circulación de información, conocimientos y patrones de consumo tecnológico a escala global y en tiempo real en, prácticamente, todos los países del mundo. Además, la concebimos como un escenario histórico

---

<sup>7</sup> SAUSSURE, F. (1916). *Curso de lingüística general*. Ediciones Akal, S.A.

contemporáneo que abre oportunidades para generar nuevas respuestas a viejos y nuevos problemas, facilitando el desarrollo de modelos innovadores de respuesta, sobre la base y superación de los conocimientos históricamente acumulados (Rojas, 2010:3).

De este modo entendiendo la sociedad de la información, se desarrolla el lenguaje y la escritura que ha ido evolucionando hasta nuestros días. No obstante, las variaciones son más bien de forma, ya que los sentidos se mantienen.

“lengua y escritura son dos sistemas distintos; la única razón de ser del segundo es representar al primero; el objeto lingüístico no es definido por combinación de la palabra hablada; esta última constituye por sí sola ese objeto. Pero la palabra escrita se mezcla tan íntimamente a la palabra hablada de que es imagen, que termina por usurpar el papel principal y se llega a dar a la representación del signo vocal tanta y más importancia que al signo mismo” Saussure (1916: 53).

Para dar una mejor explicación y acercarse a una teoría sobre las modificaciones en el lenguaje, se hará énfasis en la lengua, un sistema de signos arbitrarios. Saussure (1916: 111-112) da muchas razones de por qué en la lengua domina el factor histórico por sobre cualquier tipo de cambio lingüístico, las principales razones son: el carácter arbitrario de los signos, la gran cantidad de signos necesarios para construir una lengua, la complejidad del sistema y sobre todo la resistencia colectiva a todo cambio lingüístico. En este caso “el tiempo el que asegura la continuidad de la lengua. Pero contradictoriamente, el mismo tiempo es el capaz de alterar los signos lingüísticos. Es decir, el principio de alteración se basa en el principio de continuidad, porque debido a la persistencia de la lengua antigua es posible que se creen alteraciones en ella” (Saussure 1916:113).

Las alteraciones en el tiempo adoptan diversas formas, pero cada una de ellas conduce “a un desplazamiento de la relación entre el significado y el significante” (Saussure, 1916:113). En el caso de estudio sobre el lenguaje SMS, ocurren

principalmente alteraciones en las cuales aunque los conceptos continúen siendo los mismos, los significantes han cambiado de forma material y gramatical.

Una lengua, como sistema de signos, no es capaz de defenderse ante los factores que podrían desplazar la relación entre un significante y un significado, incluso Saussure expone que la lengua no está limitada, ya que nada impide a un sujeto asociar cualquier idea con secuencias de sonidos (lo que ocurre con el lenguaje SMS).

Desde que Saussure crea su curso de lingüística hace 100 años, posiblemente nunca se había evidenciado tanto las modificaciones del lenguaje como en la actualidad. Desde entonces el autor había llamado la atención sobre el carácter no monolítico de la lengua, ya que, quien cree una lengua la controla mientras esta no se ponga en circulación; pero cuando la lengua cumpla su misión y se expanda por el mundo, no tendrá control alguno, se regirá de leyes irreflexivas y no se podrá volver a atrás; en conclusión, toda lengua es mutable (Saussure, 1916: 105).

Por consiguiente, para este estudio investigativo tenemos una reflexión de Jesús Martín Barbero (2002) que “enfoca a la comunicación como un hecho cultural inevitable donde las mayorías en América Latina se están incorporando y apropiándose de la modernidad sin dejar su cultura oral, la tradición oral desde los géneros, las narrativas, los lenguajes y los saberes, de la industria y la experiencia audiovisual”. En ese sentido, son profundos los cambios en la cultura cotidiana de las mayorías y especialmente de las nuevas generaciones que saben leer, pero cuya lectura está cruzada por la diversidad de textos y escrituras que circulan en la actualidad y que ellos mismos producen.

Para Lorenzo Vilches, la lengua es un tema de conflicto en la nueva comunicación mundializada, porque cada cultura la tiene como patrimonio, la que aparece en el centro de los efectos migratorios y que converge con otras lenguas dentro de Internet. Esta convergencia se manifiesta en forma de nuevos códigos, adaptaciones, iconizaciones y fórmulas sintéticas de expresión que multiplican las posibilidades de una comunicación

universal. Según el académico, ésta es una “nueva lengua auxiliar” que no está basada en una gramática como las lenguas naturales, sino a una nueva estética de mapas cognitivos. Como consecuencia, Vilches afirma que el mundo de la comunicación *on line* es demasiado complejo como para ser construido sobre una sola lengua natural. Estos cambios son más violentos cuando se expresan en el choque entre culturas literarias provenientes de la imprenta contra culturas interactivas. Si bien estas últimas usan una escritura (como en el caso del teléfono móvil), se remiten a orígenes orales: es decir, discontinuos, grupales y abiertos. La fusión es un efecto de la emigración –a la nueva cultura que se desarrolla en torno a Internet- y no es similar ni en el tiempo ni en el espacio (Vilches 2001:210).

En el mismo contexto, Fonseca y Rueda (2012:18) indican que el uso del lenguaje (mediado o no mediado tecnológicamente) se trata de un lenguaje que instala un aprendizaje social donde se incita a tener voz propia, que se traduce en algunos colectivos como el “*do it yourself*”, expresión que si bien paradójicamente en el actual mundo productivo y de los programadores tiene una carga de competitividad, eficientismo e individualidad, se traduce en el desilenciamiento, “o la toma de la palabra” a través de intervenciones callejeras, posters, blogs, páginas webs, videos, donde las tecnologías devienen lenguajes más cooperativos, más horizontales, múltiples y se mezclan con las metáforas, ironías, sarcasmos, en fin, con el humor que es común y al mismo tiempo singular en estas subjetividades sociales. Por estas razones Samaniego (2003:257) señala que “los diálogos electrónicos e intercambios de mensajes instantáneos por la red conducen a la creación de aglutinaciones y abreviaciones léxicas, de acortamientos y a la desaparición de las vocales no estrictamente indispensables”. Ésta es la tendencia tal como se manifiesta en el lenguaje que emplean los jóvenes y también los adultos cuando conversan o chatean por Internet o por celular: “AZLO CRTO”, “AZLO FACIL”. De modo que “la palabra no es un gorrión –no puede adaptarse después que ha volado”. El equivalente más cercano en español sería: la palabra una vez hablada, vuela y no retorna. Y lo que está escrito con una pluma no

puede cortarse con un hacha. El equivalente más cercano en español sería: “lo escrito, escrito está” (Semenov, 2005:136).

Sin embargo, otros autores y estudios son algo menos optimistas. En palabras de Gladys Dávalos (2002, cita en Samaniego 2003:257), pionera en Bolivia de la ingeniería del lenguaje o lingüística informática, se estaría asistiendo al desarrollo de “un nuevo lenguaje, un nuevo código de lenguaje casi secreto, casi entre cómplices de algo que, aparentemente, hasta puede ser un juego, pero que conlleva ciertos riesgos”. En el mismo argumento, Mark Bauerlein (2009, cita en Fundación Telefónica y Fundación Encuentro, 2013:31) nos habla de “*my next idea*, de nuevos tipos de expresión rápida y precipitada con pocas palabras, siempre buscando la próxima idea que no favorece tampoco la profundidad ni la corrección”. Lo que preocupa mayormente de este lenguaje es que se redacta sin tantos reparos por la ortografía ni por las reglas sintácticas provocando un desinterés generalizado por la buena escritura sobre todo entre los más jóvenes. Se abrevia tanto, que a menudo los usuarios se convierten en verdaderos peritos taquígrafos.

Para Torrez (2011:1), “el chat, Internet y el SMS no hacen ningún daño al lenguaje y la escritura. Por el contrario, la milenaria combinación sigue siendo tan eficaz como siempre. Si un estudiante comete faltas de ortografía atroces es porque no aprendió las reglas cuando debía aprenderlas, sea por negligencia o por una educación rudimentaria. Al acusar a las Nuevas Tecnologías de las faltas de ortografía, no hacemos sino deshacernos de una responsabilidad que nos concierne como adultos”<sup>8</sup>. De modo que “estamos en medio de una revolución en las alfabetizaciones comparables a las que se producía con la civilización griega. No es que la tecnología esté matando nuestra habilidad para escribir, muy al contrario, la está reviviendo y dirigiendo nuestra

---

<sup>8</sup> TORREZ. A (2011). *En internet la escritura goza de muy buena salud*. [en línea] [Consulta: 13 de junio, 2013]<http://www.manualdeestilo.com/escribir/en-internet-la-escritura-goza-de-muy-buena-salud/>

alfabetización hacia nuevas direcciones” (Lunsford: 2008, cita en Fundación Telefónica y Fundación Encuentro, 2013:31).

En base a lo expuesto arriba, las modificaciones del lenguaje y la escritura en la telefonía móvil y la actual sociedad de la información, tienen transformaciones sorprendentes: se usan signos matemáticos o números en sustitución de expresiones o sílabas. Se trata del resultado de la combinación de caracteres del alfabeto latino con otros tipos de signos, generalmente números o símbolos matemáticos. En estos casos, el procedimiento de recuperación es el siguiente: el carácter no alfabético equivale a la secuencia fónica resultante del nombre del símbolo que representa. La combinación de letras y números sirve para formar palabras en una suerte de jeroglífico alfanumérico. El uso de este recurso en castellano se encuentra sobre todo en palabras compuestas por un número que va sustituyendo a la secuencia homófona. Así, por ejemplo, si el número “2” se lee “dos”, la secuencia “salu2” será equivalente a saludos. Se usa también las expresiones sintéticas del inglés como alternativa al español y son de uso común: “ok” que reemplaza la forma castellana “de acuerdo” o “bien”.

El ritmo acelerado de estas interacciones, provoca que los usuarios no presten demasiada atención a las normas ortográficas. Generalmente, los mensajes escritos de móviles no se tildan. Hay que recordar que el teclado de los teléfonos celulares es reducido para encontrar los acentos, hace falta apretar la tecla varias veces para que desfilen las letras sin acento y sólo después aparecen las letras tildadas. Por este motivo, resulta mucho más rápido y sencillo escribir directamente la letra inacentuada.

En el cuadro Nro. 1. de abajo se ve algunas palabras modificadas por combinaciones de caracteres alfabéticos, numéricos, signos.

**Cuadro Nro. 1: Modificaciones de las palabras con combinaciones alfabéticas, numéricas y signos**

Abreviaciones	Significado
Almrz	Almuerzo
andn2	Andando
Bb	Bebé
Tbc	te besé
Tuc	Te usé
Tdj	Te dejé
Dsyno	Desayuno
Dsps	Después
n 1 rto +	En un rato más
Ej	Ejemplo
Exam	Examen
s3	Estrés
¿?	Pregunta
Gnt	Gente
Hr	Hora
Info	Información
Jf	Jefe
Yamm	Llámame
Ma	Mamá
+	Más
Net	Internet
x fa	Por favor
qt1bd	Que tengas un buen día
Rptlo	Repítelo
salu2	Saludos
Trd	Tarde
kmb d hr	Cambio de hora
Wpa	¡Guapa!
Ksa	Casa
Zzz	Me duermo

**Fuente:** Elaboración propia

Lo que le ocurre hoy en día a la escritura, lejos de su desaparición, es que se convierte en un fenómeno de masas, se populariza, sale de la escuela y de los círculos académicos y pasa a formar parte de los hábitos culturales diarios, frecuentes de los jóvenes. La tendencia a acortar los mensajes es característica de la apropiación cultural adolescente del lenguaje y asusta por su falta de corrección ortográfica y gramatical, a profesores, padres y académicos. Sin embargo, no se trata tanto de ignorancia como de flexibilidad; muestra que los jóvenes utilizan este tipo de lenguaje entre ellos cuando interactúan con su grupo de pares, pero adaptan su forma de escritura si están en contextos más serios como la escuela.

Finalmente, se ha incorporado la lectoescritura en esta época postdigital a ámbitos sociales nuevos, así que también para la socialización y la posterior interacción durante toda la vida en los servicios de redes sociales virtuales va a ser importante que aprendamos a expresar, entender y razonar de la forma más correcta posible. En tanto las modificaciones del lenguaje y la escritura en los mensajes de texto (SMS) y *chat* en la telefonía móvil son creados (o desechados) por los mismos usuarios, ya que éstos son destinatarios como autores de dichos contenidos aglutinados y abreviados, definiciones que se darán en el siguiente apartado.

#### **2.4. Aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la estructuración de mensajes de texto (SMS) en la telefonía móvil**

La aglutinación y abreviación léxica son la clave para comprender el lenguaje de los SMS por telefonía móvil en cuanto a su descuido ortográfico y gramatical, es un mecanismo de creatividad y es normal que este fenómeno se encuentre desarrollado porque la web es un nuevo medio lingüístico mucho más dinámico que la escritura tradicional y que estas nuevas formas de comunicación y escritura tras la llegada de las redes sociales.

En cuanto a la aglutinación el *Diccionario de la Real Academia Española* hace la siguiente definición **1.** f. Acción y efecto de aglutinar. **2.** f. *Ling.* Procedimiento en virtud del cual se unen dos o más palabras para formar una sola. **3.** f. *Ling.* Acumulación de afijos distintos, generalmente tras el radical, para expresar en ciertas lenguas las relaciones gramaticales<sup>9</sup>. De modo que la aglutinación consiste en dos o más términos originariamente distintos, pero que frecuente mente se encontraban en sintagma en el seno de la oración, se sueldan en una unidad absoluta o difícilmente analizable. Tal es el proceso “aglutinativo: *proceso* y no *procedimiento*, porque esta última palabra implica

---

<sup>9</sup> DICCIONARIO DE LA REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. *Aglutinación*. [en línea] [Consulta: 5 de julio, 2013] < <http://lema.rae.es/drae/?val=aglutinacion> >.

una voluntad, una intención, y precisamente la ausencia de voluntad es un carácter esencial de la aglutinación ejemplo en francés: *vertjust <verjus>*”. Observando este fenómeno de cerca, (Saussure, 1916: 236 - 237), se distingue en las tres fases:

- 1) La combinación de varios términos en un sintagma, comparable a todos los demás.
- 2) La aglutinación propiamente dicha, o sea, la síntesis de los elementos del sintagma en una unidad nueva.
- 3) Todos los demás cambios susceptibles de asimilar cada vez más el antiguo grupo a una palabra simple: unificación del acento, cambios fonéticos especiales, etc.

Casado define a la aglutinación como una “diferencia entre una palabra y su forma acortada se sitúa en el nivel de la connotación o evocación; el término acortado pertenece a una variedad lingüística informal, a pesar de que en la actualidad, muchas formas con estas características han perdido su inicial carácter familiar o jergal para pasar a la lengua de la colectividad, desplazando por completo o parcialmente a las formas plenas” (1999: 5077).

En base a lo mencionado anteriormente, el usuario usa la aglutinación léxica en los SMS por telefonía móvil, realizando la unión de palabras formando una sola por síntesis, con pérdida del cuerpo fónico de algunos de los elementos de la composición, por ejemplo: “te quiero mucho”, “tqm” “fin de semana” “find”. En el primer caso se observa el máximo acortamiento y la unión de las primeras letras de las palabras: en el segundo caso sólo se aglutina el primer y segundo vocablo eliminando la tercera expresión y obteniendo como resultado una aglutinación de carácter informal.

Por otro lado, el *Diccionario de la Real Academia Española* define la abreviación 1. f. como una acción y efecto de abreviar. 2. f. *Ling.* Procedimiento de reducción de una

palabra mediante la supresión de determinadas letras o sílabas; p. ej., los acrónimos, los acortamientos, las abreviaturas y las siglas.3. f. ant. Compendio (breve exposición)<sup>10</sup>

El abreviamiento es el proceso morfológico que consiste en la reducción de la materia fónica de un lexema o de una palabra primitiva por la caída de una o más sílabas. En general, se suelen producir por apócope, aunque tampoco faltan casos por aféresis. Según Ramón Almela (1999: 202) “se suele distinguir dos tendencias en la creación de abreviaciones: la tradicional y la actual, en suma, la abreviación en general (que engloba tanto el acortamiento como la abreviatura, la siglación, la acronimia etc.) es un mecanismo que está favorecido por la tendencia a la economía en el uso del lenguaje”.

Dicha economía o ahorro de los caracteres de los SMS se refleja tanto a nivel fónico (en el caso del acortamiento) como a nivel gráfico (en el caso de la abreviatura) y obedece a un deseo de brevedad y a veces de afectividad, por ejemplo ¿dónde? “dnd” “que” “q” bebe “bb” “nos vemos después” “ns vms dps”, en estos casos abreviación cumple la función de eliminar las vocales de una palabra. En cualquier caso, Martínez de Sousa (1984:15) indica que “el proceso de abreviación se produce, en general, porque se da por sobreentendido que el oyente o lector (es decir, el destinatario de la información) podrá suplir fácilmente aquello que, por sabido, se omite sin menoscabo de la intelección del mensaje”.

## **2.5. Comunicación a través de SMS y *chat* por telefonía móvil**

A partir de los SMS (*Short Message Service* en el acrónimo inglés) o “Servicio de Mensaje Corto” en castellano, es un servicio de telefonía que permite enviar y recibir

---

<sup>10</sup> DICCIONARIO DE LA REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. *Abreviación*. [en línea] [Consulta: 5 de julio, 2013] <<http://lema.rae.es/drae/?val=abreviacion>>.

mensajes que se escriben en la pantalla de un teléfono móvil<sup>11</sup>, utilizando las letras de sus teclados los cuales se envían a través de la misma red telefónica inalámbrica, se convirtieron en la mayor revolución del lenguaje que haya habido jamás. Es así que los SMS se convirtieron en una revolución que ya llegaron a los diccionarios. La edición inglesa del *Collins* fue la primera en hacerse eco al introducir abreviaturas comúnmente utilizadas en los SMS, como gr8 (*great* - grande); b4 (*before* - delante)<sup>12</sup>. En España, la *Asociación de Usuarios de Internet* (AUI), junto con MSN, Lleida. Net, Movistar, Vodafone y Orange pusieron en marcha el primer diccionario *on line* que recogía los términos más utilizados por los usuarios<sup>13</sup>.

Por tal razón, el director de la *Real Academia Española* (RAE) y presidente de la Asociación de la Lengua Española (ASALE), José Manuel Blecua, durante la reunión plenaria de los presidentes y directores de las 22 academias el 20 de julio de 2011, señaló que con la idea de regularizar un texto más completo de la historia, que sirva como instrumento de estudio para entender la evolución del mismo y adaptar a los tiempos nuevos, se trabajará en la elaboración del nuevo diccionario de SMS. Sin embargo, las incorporaciones aglutinadas ya están disponibles en Internet y se publicará impreso en la 23ª edición del *Diccionario de la Real Academia Española* de 2014 como cierre de la celebración del tercer centenario (RAE, 2011).

Ahora bien, en la telefonía móvil, un SMS tiene 160 caracteres; se tecldea o escribe sobre una carátula minúscula compuesta de doce teclas, sobre la que es dificultoso e incómodo dependiendo de las características del celular, pero no imposible encontrar todas las letras del español, de modo que cuando se estructura un mensaje de texto con

---

<sup>11</sup> DICCIONARIO DE LA REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. *Servicio de mensaje corto*. [en línea] [Consultada: 5 de julio de, 2013] < <http://lema.rae.es/drae/?val=SMS> >.

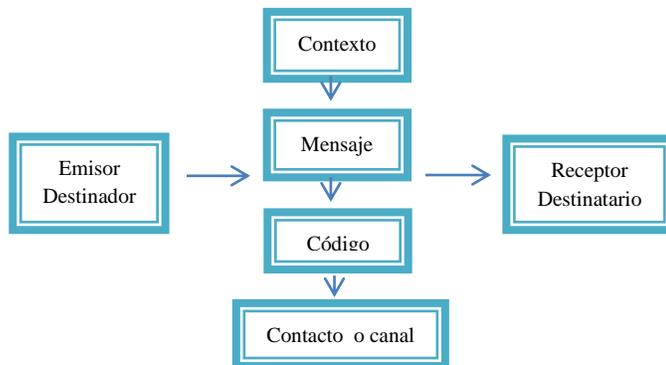
<sup>12</sup> COLLINS LANGUAGE. *Collins language*. [en línea] [Consultada: 3 de octubre de, 2013] < <http://www.collinslanguage.com/SearchResults.aspx?q=sms> >.

<sup>13</sup> DICCIONARIO SMS. *Asociación de Usuarios de Internet*. [en línea] [Consultada: 3 de octubre de, 2013] < <http://www.diccionariosms.com/contenidos/> >.

faltas ortográficas son causadas muchas veces por el factor económico, por tal motivo es muy utilizada por la juventud. La información que se maneja entonces es veloz y de mucha interactividad. Es por eso que hoy en día, “los mensajes SMS son parte de las nuevas formas de escritura que se encuentran entre el lenguaje escrito y hablado” (Höflich y Rössler 2002: 98) de los jóvenes. Les permite entablar contacto con sus diferentes redes sociales, conformadas especialmente por sus iguales y aquí el celular tiene una función primordial, pues “la red se convierte en el lugar a partir del cual el joven recompone sus territorios cerrados del grupo con el que comparte los mismos valores, los mismos referentes sociales y dentro de los cuales circula un cierto número de códigos para estar en el grupo y existir en la tribu” (Maris y Henin 2002: 105).

En tanto, la comunicación por SMS en la telefonía móvil se trata de dos interlocutores, un emisor y un receptor (hablante - oyente), que codifican y descodifican un mensaje que envían a través de un canal, en un contexto determinado y mediante un código que deben compartir los actores del proceso. La importancia y las características de estos elementos no es, ni mucho menos, desestimable y permite explicar muchas de las especificidades de este modo de comunicación, en el siguiente cuadro se grafica los elementos de la comunicación planteado por Roman Jakobson.

**Cuadro Nro. 2: Elementos de la comunicación**



Fuente: Jakobson, R. (1975:353) *Ensayos de lingüística general*

En el caso de los SMS por telefonía móvil, la elección que hace el emisor de las aglutinaciones y abreviaturas léxicas como también de signos y símbolos especiales, está condicionada al conocimiento más o menos intuitivo de las destrezas del receptor para descodificar con éxito el mensaje. El lector descodifica con una nueva óptica, abandona el papel de la escritura tradicional. El individuo debe saber leer y escribir estas aglutinaciones y abreviaciones léxicas, porque la lectura está ahora mediatizada por un proceso de decodificación y descodificación digital. El contexto ayuda a restituir los elementos indispensables para interpretar correctamente el mensaje. Se trata, por un lado, del contexto gráfico, pero, ante todo, se refiere al contexto exterior o situación en la que participan emisor y receptor. La importancia del canal es fundamental, porque son sus características técnicas las responsables de la especificidad del nuevo código.

Por último, es preciso hablar del código. Es evidente que para que un mensaje sea descodificado con éxito, emisor y receptor deben compartir unas convenciones. En los SMS, los usuarios omiten o reinterpretan determinados elementos ortográficos. Se trata de la abreviación, recreación o re-codificación, acuerdos implícitos que comparten los usuarios.

El siguiente cuadro Nro. 3. hace mención a una conversación por telefonía móvil con características aglutinadas de dos usuarios de nombre Roxana y Claudia. Los SMS en esta conversación presentan ideas o pensamientos interactivos y de estilo propio del usuario, pero la respectiva demostración puede ser confusa para los que desconocen estos códigos.

**Cuadro Nro. 3: La escritura aglutinada y abreviada de los SMS por telefonía móvil**

Conversaciones por SMS	Traducción de los SMS
<b>Roxana:</b> ola amixkomo stas fliz cumple	Hola, amiga ¿cómo estás? ¡Feliz cumpleaños!
<b>Claudia:</b> ola toy supr :) aki n ksa grasss qt prec si ncontrmns y acmos algo	Hola, estoy súper feliz, aquí en casa, gracias, ¿qué te parece si nos encontramos y hacemos algo?
<b>Roxana:</b> siiii dndjntms?	Sí. ¿Dónde nos juntamos?
<b>Claudia:</b> n mi ksa agamos pry a 10am	En mi casa. Hagamos parrillada a las 10:00 am.
<b>Roxana:</b> ntonces star ai q c yva?	Entonces estaré ahí. ¿Qué hay que llevar?
<b>Claudia:</b> \$ jeje aki vrms q kmprams ntoncs t spro :) chau amix	Dinero (sonríe). Aquí veremos qué compramos. Entonces, te espero (sonríe). Chau amiga.
<b>Roxana:</b> ok cra 1 dia dvrtdo n1rto+nos vmos chau	Está bien, será un día divertido. En un rato más nos encontramos. Chau, amiga.

**Fuente:** Elaboración propia

No es fácil conseguir la velocidad requerida sin contar con la destreza de la dactilografía tradicional. Si se escribe un SMS por telefonía móvil con la sintaxis y ortografía correcta, el usuario pierde tiempo y crédito por todo ello. Mantener la gramática apropiada supone estar en desventaja con el emisor o receptor, de modo que es por tal motivo que la juventud hace uso de los SMS aglutinados, en lo que concierne a la rapidez, economía, interactividad y estilo.

El sociólogo español Castells, (1999: 61) señala que “el surgimiento de un nuevo sistema de comunicación electrónico, con un alcance global, que integra todos los medios de comunicación y su interactividad potencial, está cambiando nuestra cultura, y lo hará para siempre”. En el mismo contexto, Barbero (2002: 68) manifiesta que este sistema de comunicación y “la revolución tecnológica no afecta sólo por separado a cada uno de los medios sino que está produciendo transformaciones transversales que se evidencian en la emergencia de un ecosistema comunicativo conformado no sólo por nuevas máquinas o medios, sino por nuevos lenguajes, escrituras, saberes, por la hegemonía de la experiencia audiovisual sobre la tipográfica, y la reintegración de la imagen al campo de la producción de conocimiento”.

Como se mencionó anteriormente, la escritura está siendo transformada por la tecnología. En el caso de los SMS por telefonía móvil se está introduciendo nuevas maneras de escribir, promoviendo a través de ellas innovadoras formas de pensamiento y comunicación que han pasado a ser de dominio público y han incidido en la creación de códigos singulares para los nuevos usos del lenguaje permitiendo al lector una interacción con el texto en un grado que le otorga un papel protagónico como creador del mismo.

Por otro lado, el *chat* (charla)<sup>14</sup>. Es anglicismo asentado y admisible, aunque se han propuesto sustitutos como *cibercharla* o *ciberplática* (→ ciber)<sup>15</sup>. Este servicio de *chat* se caracteriza por su dinamismo, lo cual al mismo tiempo supone una limitación intrínseca. La construcción misma de los *chats*, comprende oraciones complejas de varios renglones debido al desplazamiento continuo de las líneas de texto del *chat*. En una sesión comparten dos o más emisores y receptores con el mismo entorno cultural, por lo tanto se comunican en el idioma que conocen usando aglutinaciones y abreviaciones léxicas. No hay normas gramaticales, menos puntuaciones; más bien, los espacios, los signos de admiración e interrogación se utilizan exageradamente en un afán de ser más expresivos. Se recurre también a los iconos o emoticones, *smileys* o caritas de sentimiento.

En el cuadro N.º 4 de abajo se interpreta una conversación en el *chat* por telefonía móvil. Los usuarios se identifican con sus nombres y sobre nombres de Ana, Chatita, Bonita, Pedro 16 y Lini.

---

<sup>14</sup> Voz tomada del inglés que significa “conversación entre personas conectadas a Internet mediante el intercambio de mensajes electrónicos” y, más frecuentemente, “servicio que permite mantener este tipo de conversación”.

<sup>15</sup> DICCIONARIO DE LA REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. (2009). *Diccionario Panhispánico de dudas Primera Edición*. [en línea] [Consulta: 5 de julio, 2013] <<http://www.rae.es/rae.html>>

Cuadro Nro. 4: La escritura en los chat

Conversaciones del chat mediante telefonía móvil	Traducción de la conversación
Ana: hoLaaaaaa a ToD@ss :)	¡Hola a todas!
Chatita: QUEEE FRIOOOOO	¡Qué frío!
*Bonita*: Muaksssssvril q pasoooo  cito????xqyegastard????	Besos ¿Qué paso, corazoncito? ¿Por qué llegas tarde?
Pedro 16: jajajaja  na k vr no ac frio!!!	Me río, nada que ver. No hace frío.
Lini: holassssmuaksmuaks  pa bonita	¡Hola! Besos, una flor para Bonita.
*Bonita*: oooooo grax lini q blllo  tqm	¡Oh! ¡Gracias, Lini! ¡Qué bello, te quiero mucho!
Chatita:uuuuuuuuuu  q.... amrso q... KRÑSO!!!	¡ ¡ ¡ Qué...amoroso, qué ...cariñoso!!!
Ana :yyyyyyysiip  pro wnowno m dio gnas d 1PPS FRTS y 1LMTO jejeje nos vmossss pa kmerrr????	Y sí, pero bueno, me dio ganas de unas papas fritas y un lomito (sonríe). ¿Nos vemos para ir a comer?
Lini:YO TB bonita toy  d ti..... t mand1b y mua  ... si vamos a kmerrr tb tngo ambrrrr	Yo también, Bonita, estoy enamorado de ti. Te mando un beso y mi corazón... Sí, vamos a comer, también tengo hambre.

Fuente: Elaboración propia

En el caso del *chat*, el canal impone escribir sobre el teclado del ordenador con una rapidez equiparable a la de los demás usuarios para así mantenerse dentro de la conversación e incluir la respuesta en la red antes que los demás usuarios hayan cambiado de tema. En el *chat* se escribe frases en mayúsculas que significa que uno está gritando. El empleo de mayúsculas es un recurso utilizado habitualmente para destacar una parte del mensaje o, en ciertas ocasiones, su totalidad. En el ámbito de la escritura electrónica este procedimiento se corresponde con el ascenso del tono de la voz en la lengua oral como marca de énfasis o, incluso, como un grito cargadas de agresividad. Por otro lado, las repeticiones de las letras se utilizan para representar la forma más oral

de la lengua. Distinguimos dos tipos de repeticiones. Primero, observamos la repetición de las letras. Dichas repeticiones, dan cuenta generalmente de algunos matices entonativos, y representa la emotividad del hablante. A menudo se repite el carácter final de la palabra. Luego se observa la repetición de signos de puntuación. En este caso, resulta más evidente la relación con la entonación, puesto que es precisamente esa su función en el escrito. Además, este hecho es más patente en los signos de interrogación y de exclamación, que se pierden al inicio de la frase.

Se evidencia también, las risas onomatopeyas no son tan frecuentes en el lenguaje escrito formal, pero en contexto de la mensajería instantánea son un recurso del código oral y gestual que recuerda, de nuevo, la coloquialidad propia de este tipo de comunicación. Las onomatopeyas sirven también para transmitir de manera escrita la oralidad. El sonido que más se representa en los SMS es sin duda el de la risa (jeje o jaja). Así, un simple *ja* equivaldría a una risa sardónica o irónica que no denota alegría; un *jaja*, a una risa sincera; y un *jajaja*, a una carcajada. Asimismo, se generan, de un modo natural, acepciones y connotaciones propias de este contexto coloquial; por ejemplo, *jejeje* es una sonrisa cómplice; *jojajo*, una risa socarrona, y *jijiji*, una risilla traviesa o contenida. No obstante, aparecen otros, aunque con menos frecuencia, como la representación gráfica de los besos (*mua* o *muaks*).

Por último, el uso del *chat* hizo surgir nuevas formas de relacionarse y búsqueda de mayor expresividad, a las que no se define de carácter literario. Según (Hebe, 2006:2) lingüista argentina, se puede considerar al chat como provocativo de la “lluvia de ideas”, lo que tiende a liberar los comentarios y permite muchas veces en su uso el surgimiento de chispas creativas, los jóvenes son creadores desencadenantes de nuevas formas de escritura.

## 2.6. Signo, símbolo y emoticones en la telefonía móvil

Para Saussure (1916: 102-104), “el signo lingüístico no une una cosa y un nombre, sino un concepto (significante) y una imagen acústica (significado)”, podemos decir más sencillamente que signo lingüístico es arbitrario, con la intención de aclarar en qué consiste la arbitrariedad del signo. Saussure, hace una comparación con la palabra símbolo, se emplea ese nombre para designar al signo lingüístico, o más exactamente lo que nosotros llamamos el significante, lo característico del símbolo es no ser nunca completamente arbitrario; no está vacío, hay una unión natural entre significante y significado. El símbolo puede llegar a ser modificado por ejemplo el símbolo de la justicia, la balanza, podría ser remplazado por cualquier otro, por un carro”.

Definiciones de “signo” existen como tantas disciplinas científicas o de investigación las requieran. Pero para nuestro tema de estudio, es preferible contar con una que provenga de la lingüística. Por ello, Eugenio Coseriu, en su libro *Introducción a la Lingüística* afirma que signo es un “instrumento” que está por una idea, un concepto o un sentimiento, con los cuales el signo mismo no coincide: un instrumento que evoca, en particular, un concepto en virtud de una “convención” y de acuerdo con una tradición determinada, pero que no tiene con el concepto evocado ninguna relación necesaria de causa a efecto o viceversa. Según Coseriu (1983:13) “existen signos con valor simbólico, y que no necesariamente son símbolos, pero sí son de uso convencional en los lenguajes humanos”. En el mismo contexto, Íbico Rojas indica que “los símbolos son signos creados por el ser humano con la intención de hacer referencia a objetos con los cuales se establece una relación arbitraria que es superada necesariamente por una convención social. Los símbolos presentan, además, la particularidad de funcionar en forma sistemática, lo cual implica relaciones de condicionamiento entre ellos” (Rojas, 1998:84).

Por consiguiente, en este estudio investigativo los signos son contruidos con diversos fines, métodos y estilos. Algunos tipos de signos más reconocidos son los que se establecen en el lenguaje (cada letra o símbolo de un alfabeto es un signo). Los principales signos de puntuación son el punto, la coma, el punto y coma, las comillas, los paréntesis, los signos de interrogación, los signos de exclamación, los puntos suspensivos y el guion. Están también los símbolos matemáticos que son utilizados de manera universal, en tanto, es una mezcla de lenguaje simbólico, fonética y acrónimos. Este lenguaje tiene dos grandes tipos de códigos, por ejemplo: esta imagen “: )” representa a una carita feliz, esta otra <(: /) representa a pinocho y por último se simboliza a un pescado con esta imagen <• ) ) ) >< .

Por otro lado, cabe destacar que este lenguaje SMS no está totalmente fijado y permanente, pues el sentido no se fija de manera definitiva. El sentido es construido, producido y es resultado de una práctica significativa. Los signos utilizados en los mensajes de texto celulares, efectivamente pueden ser considerados un lenguaje, pues como afirma Stuart Hall (1997: 13-74) “las imágenes visuales, sean estas producidas por la mano humana o por mecanismos mecánicos, electrónicos, digitales o por cualquier otro medio; configuran un lenguaje, siempre y cuando se usen para expresar sentido”.

En la sociedad actual, símbolos matemáticos pueden ser portador de mucho significado ya que permite al individuo usar los mismos de manera que puedan ser manipulables y ser nuevas propuestas comunicativas. En la sociedad tecnológicamente desarrollada, con su exigencia de comprensión inmediata e interactiva son muy eficaces para producir una respuesta rápida en los SMS mediada por la telefonía móvil. Su exacta atención a los elementos visuales primordiales y su sencillez estructural, proporcionan facilidad de percepción y memoria.

En el cuadro Nro. 5 de abajo se ve algunas imágenes creadas con signos, símbolos letras y números, estas representaciones singulares que se estructuran en los mensajes de texto en la telefonía móvil demuestran estados de ánimo y situaciones particulares.

**Cuadro Nro. 5: Imágenes creadas con signos, símbolos, letras y números**

Imágenes creadas con signos, símbolos, letras y números	Significado
:~)	Resfriado
:'-(	Llorando
:-1	Sonrisa forzada
:-#	Censurado
:-?	Pensativo
X-(	Fallecido
% * }	Borracho
:-[	Vampiro
P-)	Pirata
+:-)	Religioso
}:-)	Diablo
*< :-)	Papa Noel
P-)	Pirata
+:-)	Religioso
@>--->--	Rosa
}=3	Toro

**Fuente:** Elaboración propia

Emoticono: Definido por el *Diccionario en línea de la Real Academia Española* como la “representación de una expresión facial que se utiliza en mensajes electrónicos para aludir al estado de ánimo del remitente”<sup>16</sup>.

<sup>16</sup> DICCIONARIO DE LA REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. (2009). *Diccionario Panhispánico de dudas Primera Edición*. [en línea] [Consulta: 5 de julio, 2013] <http:// <http://www.rae.es/rae.html>>

Los emoticonos pueden representar gráficamente alegría, tristeza, sorpresa, euforia, emoción, enfado, etc., hasta una animación con movimiento en formato *gif*, los cuales se encuentran en la telefonía móvil. En el cuadro Nro. 6 de abajo se ve algunos de ellos.

**Cuadro Nro. 6: Emoticones con expresiones**

Emotición	Significado	Emotición	Significado	Emotición	Significado
	Feliz		Te doy una flor		Silencio
	Guiñando		Llorando		Renegón
	Furioso		Sacando lengua		Lo siento
	Apenado		Sorprendido		Te miro
	Graduado		Dudoso		Rabioso
	Melancólico		Enamorada		Músico
	Explosión		Cumpleaños		Jugando futbol
	Dormido		Te envié chocolates		Enfermera

**Fuente:** Elaboración propia

Para Lorenzo Vilches “una visión análoga se tiene con el uso del sistema de notación gráfico ideogramático de la jerga ciber. Se trata de un sistema de

abstracción para representar estados de ánimo, llamado *Emoticons* (de emoción y de ícono). Los pictogramas, juntos con los sistemas de escritura de abreviación, son uno de los ejes del uso lingüístico de internet” (Vilches, 2003:38).

## **2.7. Motivos que inducen a los jóvenes universitarios al uso de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la telefonía móvil**

“Motivo o motivación se refiere a un estado interno que puede ser el resultado de una necesidad, y se le caracteriza como algo que activa o excita una conducta que por lo común se dirige a la satisfacción del requerido instigador” (Davidoff,1989:331). “La célula nerviosa no necesita, para estar activa, de una excitación exterior; no es fisiológicamente inerte, y su actividad natural constituiría, en un sistema de automotivación”. Se entiende con este autor que la motivación viene del sistema nervioso, una conducta orientada a satisfacer, proporcionar energía al comportamiento y otro que lo dirige. “Con la ayuda de reacciones motrices repetidas a menudo en forma intensiva, es decir que los estímulos externos desencadenan a cada instante reacciones de adaptación” (Nuttin, 1978: 105-113). Dicho autor señala que cuando la respuesta a una necesidad se vuelve automática, la persona busca paliar su necesidad mediante nuevos mecanismos. Pieron (1978:114) indica que “los fumadores que en este proceso se vuelven drogadictos”. Un fenómeno parecido ocurre con la Comunicación vía Internet. La comunicación verbal, el mecanismo más común de la comunicación humana, se vuelve un proceso repetitivo y las personas buscan otras formas de comunicación, como es la comunicación mediada por computadores.

La motivación es la causa del comportamiento que empuja, que incita a la acción, de este modo el usuario se ve motivado a comunicarse y a utilizar las aglutinaciones y abreviaciones léxicas mediante la estructuración de mensajes de texto por telefonía móvil, porque son económicas y al mismo tiempo satisface, las necesidades que pudiera tener. A continuación se detalla los motivos que inducen a los jóvenes universitarios de

la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés al uso de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la telefonía móvil.

- Economía
- Identificación visual
- Nuevo sistema de comunicación
- Interactividad del usuario en la telefonía móvil
- Identidad juvenil

### **2.7.1. La economía**

Según Samuelson (1983:2) “la manera en que las personas y la sociedad terminan por elegir, usando o no dinero, el empleo de los recursos productivos escasos que podrían tener usos alternativos para producir diversos bienes y distribuirlos para su consumo, presente o futuro, entre las diferentes personas y grupos de la sociedad.” En este estudio investigativo el usuario decide el consumo, gasto, ahorro y costo de su comunicación mediada por la telefonía celular.

Un joven recibe y envía varios mensajes diariamente, esto sumado a la dificultad de teclear y el reducido número de caracteres ha provocado que los jóvenes generen un nuevo código SMS para comunicarse entre ellos. “Un código que economice la lengua, que produzca más sentido con la menor cantidad de signos, comprimir mucha información en la menor cantidad de caracteres posibles” (Mante-Meijer y Pires 2002: 47-58). Riqueza léxica limitada, pero riqueza simbólica y significante en abundancia.

En ese marco, la extensión del mensaje de texto en la telefonía móvil es de 160 caracteres el costo es de Bs 0.20 centavos, por cada SMS, este servicio es muy económico, pero el usuario se beneficia aún más resolviendo el límite de recursos tipográficos utilizando aglutinaciones y abreviaciones léxicas excluyendo la ortografía y la sintaxis, obteniendo el control de su economía de crédito, consumo y ahorro esta

comunicación, trata de “decir” más con menos palabras o signos posibles. “Mandar mensajes sin faltas de ortografía, es decir, incluyendo las tildes o escribiendo las palabras completas, es más caro” (Domini, 2008). Por su parte, el usuario hace uso de los mensajes de texto con el propósito de generar un provecho o un beneficio último el consumo para satisfacer las necesidades humanas.

### **2.7.2. Identificación visual**

Los usuarios se comunican con expresiones visualmente reconocibles los cuales manifiestan la identidad y el estado de ánimo del usuario mediante el estilo, diseño de los mensajes de texto por telefonía móvil. Es así que la comunicación e identificación visual trata de conciliar progresivamente formas, colores, espacios o la inserción de signos, símbolos, emoticones, para que de esta manera emisor y receptor identifiquen rápidamente los SMS.

De igual manera las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en los mensajes por telefonía móvil y chat son identificadas a través de la vista de forma rápida pero solo por los usuarios que manejan esta escritura ya que son los propios usuarios quienes crean ésta nueva escritura.

### **2.7.3. Nuevo sistema de comunicación**

La búsqueda constante del hombre por satisfacer cada vez mejor su necesidad de comunicación ha sido el impulso que ha logrado la instauración en el mundo de instrumentos cada día más poderosos y veloces en el proceso comunicativo. Por ello, los SMS son para los jóvenes una forma de sustituir las palabras por signos, símbolos, emoticones, números, aglutinaciones, abreviaciones y acrónimos falsos. La juventud tiene el hábito de usar los mensajes, en una forma especial ya sea en el aspecto tierno, innovador personalidad única.

Por tal razón, en teoría de la comunicación sería una codificación adicional al propio idioma que se aplica al mensaje y que se usa en contextos como mensajes, chat se propagó con el auge de la mensajería instantánea y el servicio de mensajes cortos. Este lenguaje no es universal, cada idioma cuenta con su conjunto de reglas en función de las aglutinaciones y abreviaciones posibles y de la fonética propia de cada lengua.

#### **2.7.4. Interactividad del usuario en la telefonía móvil**

Una definición sintética de interactividad se puede ilustrar en tres pasos: comunicación de información, una primera respuesta de esa información, una pregunta en relación al primer paso (Bretz, 1983, en Ardiles y Cárcamo, 2000). Las interacciones en la telefonía móvil, *chat*, redes sociales tienen un objetivo primordial lúdico y la comunicación tiene tintes muy personales al ser los usuarios afines en amistad, de ahí se aprecian dos rasgos cruciales muy marcados en esta forma de comunicación, el humor y la identidad personal crean nuevas reglas sociales de interacción expresadas por su participación y uso de los recursos que dispongan y/o que ofrezca la red.

En este sentido Vilches (2001), considera que “en el caso de la recepción de servicios según la acción ejecutada por el usuario podemos tener diferentes grados de interactividad tales como la rapidez de respuesta, o lo que denominamos tiempo real de la información; un mayor o menor margen de opciones donde elegir; el posible carácter individual o personalizado de las acciones ejecutadas y finalmente, el mayor o menor grado de complejidad del programa”.

### **2.7.5. Identidad juvenil**

Paul Gilroy (1998) indica que la identidad es un concepto que se pone de moda en las ciencias sociales en el último tiempo. Dentro de las variadas definiciones que existen se elige la que aporta Erving Goffman (1963).

“La identidad personal se relaciona, entonces, con el supuesto de que el individuo puede diferenciarse de todos los demás, y que alrededor de este medio de diferenciación se adhieren y entrelazan, como los copos de azúcar, los hechos sociales de una única historia continua, que se convertirá luego en la melosa sustancia a la cual pueden adherirse aún otros hechos biográficos” (Goffman, 1963: 73).

Por otro lado Marcia James (1976, cita en Zegers, 2003) estima que el desarrollo de la identidad se mide en torno a dos parámetros: cuestionamiento, experimentación y Decisión, compromiso estos parámetros llevan a dos etapas:

- 1) Identidad en moratoria: los jóvenes se encuentran en el período de cuestionamiento y experimentación, por lo que aún no realizan decisiones definitivas para su vida personal.
- 2) Decisión y compromiso difusión de identidad: en este estado se encuentran los adolescentes que enfrentados al cuestionamiento, antes referido, experimentan tal angustia que suspenden la búsqueda y también los compromisos.

Por último, la identidad personal se relaciona, entonces, con el supuesto de que el individuo puede diferenciarse de todos los demás, y que alrededor de este medio de diferenciación se adhieren y entrelazan, otros usuarios que tengan cuestionamiento, experimentación, decisión y compromiso como señala Marcia (1976).

## **2.8. Funciones que cumplen las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en el proceso de comunicación en la telefonía móvil**

Jakobson (1958:352) afirma que a “cada elemento del proceso de comunicación le corresponde una determinada función del lenguaje”. En cualquier acto comunicativo la función está presente de manera combinada con las otras, aunque puede establecer una hegemonía. En tanto, la función de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la telefonía móvil y canales de *chat* es, básicamente, sintetizar los enunciados o textos conversacionales utilizados todo esto con el afán de agilizar y economizar los mensajes. No obstante, se encuentran más diferencias que similitudes en cuanto a su forma, intención y sentido. Los símbolos y emoticones tienen una función complementaria y escénica en un texto conversacional, amenizan la conversación y demuestran los estados de ánimo, sentimiento del usuario también ahorran tiempo al momento de estructurar un enunciado.

En este estudio se tomó en cuenta a las siguientes funciones de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la telefonía móvil.

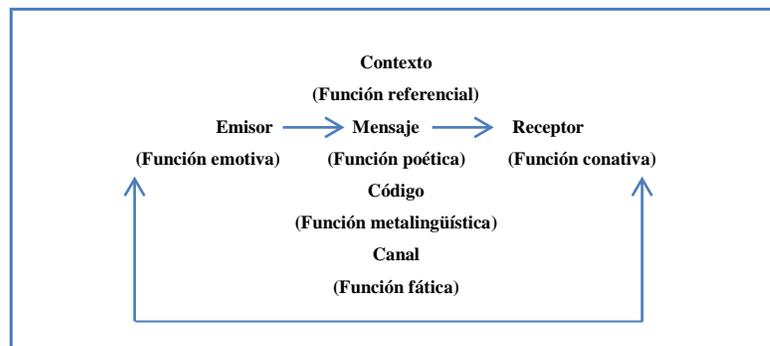
- Las funciones del lenguaje planteada por Jakobson (1958)
- Economía de recursos tipográficos en la estructuración de los mensajes de texto
- Economía de crédito
- Inmediatez y rapidez de la información

### **2.8.1. Las funciones del lenguaje**

Según Roman Jakobson (1958:353) el modelo de la teoría de la comunicación comprende el proceso de la comunicación lingüística que implica seis factores: emotiva, conativa, referencial, metalingüística, fática y poética que son constitutivos y configuran o se estructuran como tal.

1. Emotiva: define las relaciones entre el mensaje y el emisor.
2. Conativa: define las relaciones entre el mensaje y el receptor, ya que toda comunicación tiene por objeto obtener una reacción de este último.
3. Referencial: es la base de toda comunicación. Define las relaciones entre el mensaje y el objeto.
4. Metalingüística: tiene por objeto definir el objeto de los signos que corren el riesgo de no ser comprendidos por el receptor.
5. Fática: tiene por objeto afirmar, mantener o detener la comunicación.
6. Poética: es la relación del mensaje consigo mismo.

**Cuadro Nro. 7: Modelo de Jakobson sobre los factores de la comunicación y las funciones del lenguaje**



Fuente: Elaboración propia con base en Jakobson (1958:360)

### 2.8.2. Economía de recursos tipográficos en la estructuración de los mensajes de texto

Se trata de enviar mensajes con menos palabras o caracteres, pero que tengan sentido, con el fin de acelerar el tecleo, o de ahorrar espacio en la composición de SMS, un fenómeno bastante frecuente es la supresión de vocales. La misma es susceptible de aparecer en contextos tan diversos que sus ocurrencias no manifiestan una uniformidad aparente: por ejemplo las estructuraciones más comunes entre los usuarios de celulares son: te quiero mucho (tqm) *dndstas?* (¿dónde estás?), *Ksa* (casa), *vy p ya* (voy para allá)

universidad (*u*). De modo que “el bienestar general en una sociedad pasa por entender cómo utilizar los recursos disponibles para el logro de *utilidad económica* en toda la cadena comunitaria desde la producción, pasando por la distribución, hasta el consumo” (Figueira, 2003:5). Es en ese sentido que alrededor del sistema de diálogo instantáneo, mejor conocido como *chat*, existe un código completo y peculiar. Algunos todavía escribimos mensajes completos, pero muchos optan por simplificar los recursos tipográficos en la estructuración de mensajes de texto con aglutinaciones y abreviaturas, contracciones e incorporando signos, símbolos y emoticones gestuales.

### **2.8.3. Economía de crédito**

Los costos de las llamadas por minuto de las telefonías móviles es : Entel Bs. 1.50 (0,22 \$us ),Viva Bs. 1.55 (0,22 \$us), Tigo Bs. 1.75 (0,25 \$us), es por tal razón que la escritura aglutinada o abreviada es óptima al momento de construir un mensaje de texto por telefonía móvil, el usuario busca la manera de que el mismo sea económico; por Bs 20 cent se puede enviar pensamientos, ideas aglutinadas sin hacer un doble gasto y así satisfacer sus necesidades, siempre y cuando el usuario cumpla con el carácter informativo ilustrativo y comprensible del mensaje. La simplificación del mensaje obedece a causas económicas, como se señaló anteriormente; el cliente aglutina o abrevia las palabras para utilizar de manera ventajosa los caracteres de los SMS.

### **2.8.4. Inmediatez y rapidez de la información**

En términos generales, “la información puede definirse como el contenido de todo los mensajes que recibimos de terceros y del mundo en general -, y el de los mensajes que creamos nosotros mismos que enviamos como respuesta. La información se manifiesta cuando descubrimos o creamos patrones. Un patrón es una distribución determinada de hechos en un continuo espacial o temporal que nos permite reconocer y denominar ciertos elementos constantes, comparar un patrón con otro y diferenciarlos o asociarlos.

Podríamos establecer un paralelismo entre la noción de patrón y las nociones de orden, organización y forma, en posición a lo desordenado, caótico y amorfo; desde este punto de vista, la información puede entenderse literalmente como dar forma” (Semenov, 2005:31)<sup>17</sup>.

La propagación de información y el fácil acceso que se tiene en la telefonía móvil y chat permite estar comunicados en casi todas las partes del mundo. Es así que el lenguaje juvenil no sólo se ha convertido en una faceta de las nuevas generaciones sino que además ellos están encargados de una nueva evolución del lenguaje y de la inmediatez de la información. En el caso de la mensajería instantánea a diferencia del correo electrónico se escribe con premura, porque es un medio de comunicación instantáneo, en el que se da por hecho que la persona responderá casi de inmediato. Por otro lado, los teléfonos incorporan un teclado en el que no suele ser cómodo escribir. Así, ciertos signos de puntuación habituales (coma, punto y coma) no están directamente accesibles, igual que los signos de admiración e interrogación de apertura, que suelen obtenerse mediante la combinación de dos teclas o más (Castro, 2012).

“El chat y servicios similares le dan a la escritura una dimensión espacio temporal marcada por la inmediatez en la trasmisión de los textos que impulsa a reproducir el ritmo de una conversación” (Levis, 2006: 3). Hay una tendencia a enviar mensajes cada vez más gráficos, incluso compuestos solamente de signos y emoticones, porque muchas veces el usuario mantiene una conversación con dos o más personas al mismo tiempo, de ahí la necesidad de una conversación efectiva y eficaz en un contexto en el que la rapidez e inmediatez de transmisión son indispensables para la comunicación.

Castro (2012) indica que los *chats* y SMS se caracterizan por la inmediatez. Se trata de un código escrito que emula los modos, la brevedad y coloquialidad del lenguaje

---

<sup>17</sup> SEMENOV, A. (2005). *Las tecnologías de la información y la comunicación en la enseñanza*. Ediciones Trilce, División de Educación Superior, UNESCO.

hablado. Se prima más que nunca la brevedad y, por tanto, el contenido sobre el continente, el contexto sobre la puntuación y el mensaje sobre las formas. Y de estas características intrínsecas a la comunicación inmediata surgen de un modo natural, y casi nunca muy planeado una serie de usos relativos a la abreviación, la gestualidad, el acortamiento y la síntesis, que se transmiten de un internauta a otro, de un hablante a otro<sup>18</sup>.

La conversación electrónica está conformada por una serie de unidades observacionales o significativas que conforman el discurso de un hablante y el intercambio comunicativo. A los fines prácticos, debido a la velocidad e inmediatez impuesta por el medio, los hablantes deben emitir sus ideas abreviando palabras, convirtiéndose en textos cortos.

## **2.9. Significado que le asignan los jóvenes universitarios a las aglutinaciones y abreviaciones léxicas a través del uso de la telefonía móvil**

Ferdinand de Saussure indica que “el significado es el concepto que el significante provoca en el destinatario. En esta perspectiva, el significado es de naturaleza abstracta por su carácter mental” (Saussure, 1916:92). Las aglutinaciones y las abreviaciones léxicas circulan por los teléfonos celulares el usuario entiende su estructuración y le da un significado de manera que inmediatamente de manera mental se representa su respectivo significado porque es creada por los gestores que son los jóvenes dentro de los canales de conversación.

---

<sup>18</sup>CASTRO, X. (2012). *El chat los SMS y la mensajería instantánea*. [en línea] [Consultada: 27 de junio de, 2012] <<http://www.manualdeestilo.com/escribir/el-lenguaje-de-la-mensajeria-instantanea-1/>>.

En el mismo contexto, Castells (2012), indica que ha habido una transformación extraordinaria de la comunicación como sistema. En ese sentido Manuel Castells considera que:

“La autocomunicación de masas es aquella que va de muchos a muchos con interactividad, tiempos y espacios variables, controlados. Es auto porque podemos seleccionar los mensajes, emitir nuestros mensajes, recibir los mensajes y el emisor es al mismo tiempo receptor. Es auto porque nos podemos referir constantemente a un hipertexto de comunicación, de mensajes que están disponibles y de los cuales seleccionamos y obtenemos aquellos elementos que nos permiten construir nuestro propio texto”<sup>19</sup>.

Si bien es cierto que existen glosarios que compilan estos tipos de representaciones, éstos son extraídos de Internet donde se realiza la comunicación mediada por computadores. A continuación se establece los significados que se les asignan a las aglutinaciones y abreviaciones léxicas.

- Conocimiento y significado de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas
- Especialización y clasificación de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas

### **2.9.1. Conocimiento y significado de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas**

Para Saussure (1916:237) “la aglutinación es cuando, dos o más unidades se confunden en una sola por síntesis, o bien dos sub-unidades no forman más que una”. Por otra parte según García Canclini (1999:41), “el consumo es un sistema de integración y comunicación, pues manifiesta que existen bienes culturales con los que se vinculan todas las clases, aunque la apropiación sea diversa”. Podemos observarlo en

---

<sup>19</sup> CASTELLS, M. (2012). *El poder en la era de las redes sociales* [en línea] [Consultada: 03 de octubre de, 2012] <<http://www.nexos.com.mx>>.

prácticas cotidianas de todas las clases sociales: desde reunirse para comer, mirar vitrinas, ir en grupo al cine o a comprar algo, a una fiesta, o adquirir un determinado *ring tong* que los identifique. Todos son comportamientos de consumo que favorecen a la sociabilidad. Igualmente, consumir es intercambiar significados, pues inclusive en los momentos en que el consumo actúa como una forma de diferenciación, constituye, al mismo tiempo, un sistema de significados perceptible tanto para los que están dentro como para los que están fuera del grupo. Es decir, el consumo del celular y los SMS constituye un sistema de significados específico para un determinado grupo de pares, que diferirá en otras agrupaciones; diversos significados que unos comparten y que otros sólo comprenden, pero que están en constante intercambio. Así se mantienen y crean las relaciones entre las personas, es dar un sentido y un orden al ambiente en el cual vivimos.

Es así, que los objetos dejan de tener sentido en sí mismo y adquieren un significado simbólico. En el consumo juvenil es tan importante, o más, la posesión de objetos y satisfacción de necesidades como la definición y reconfirmación de significados y valores comunes. Ya que “además de satisfacer necesidades o deseos, apropiarse de los objetos es cargarlos de significados” (García Canclini, 1999: 41).

Bajo esta perspectiva, la aglutinación es un procedimiento en virtud del cual se unen dos o más palabras para formar una sola, de modo que es también la acumulación de afijos distintos, generalmente tras el radical, para expresar en ciertas lenguas las relaciones gramaticales. Por tanto, el significado de las aglutinaciones y abreviaciones, es en sí mismo un proceso de creación, el cual, con el uso (y vigencia) de estos elementos, se hace permanente o no. En esta situación, los usuarios deben comprender dichas representaciones que ven en su pantalla, para luego interpretarlas. En ese momento la persona que chatea percibe que la representación expuesta posee significado y que se puede interpretar ejemplo: <akbo> acabó.

En Internet existe una gran cantidad de glosarios que contienen la jerga lingüística y semiológica utilizada en los *chats*. Aunque no todos los términos son empleados por los usuarios, sirven de antecedente para entender un poco más la interacción que se puede lograr usando la imaginación y el teclado.

### **2.9.2. Especialización y clasificación de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas**

El código *chat* que se utiliza en un celular está relacionado con la aglutinación de palabras y, escasamente, con el uso de signos gráficos. Como consecuencia, algunas compañías telefónicas han sacado al mercado un glosario de términos para chatear por los equipos móviles. En Chile, la empresa de este rubro, Entel Chile, por medio de su servicio Entel PCS, confeccionó el “NVO DICCIONARIO CHAT 2003 y 2004” que cuenta con 376 conceptos<sup>20</sup>. Aunque esta compañía recogió la idea del lenguaje que se utiliza en los canales de *chat* en Internet, sus términos son casi incompatibles, ya que está compuesto básicamente por aglutinaciones y abreviaciones léxicas, además de tener un fin económico, son de carácter nacional e internacional dependiendo el idioma de cada región o país. No obstante, la empresa de telefonía móvil advierte que no se responsabiliza por el mal uso que se le dé a los textos expuestos. Por tal motivo, la juventud puede clasificar y especializar las palabras aglutinadas de acuerdo a tiempo, lugares, deportes, preguntas, alimentos, vestimenta alegría, tristeza etc. En la actualidad, Entel la Empresa Nacional de Telecomunicaciones de Bolivia, es la única compañía que presenta en su página de SMS web caritas de expresión de manera interactiva para insertar al mensaje que se desea enviar.

---

<sup>20</sup> INFOBAE. *Diccionario chat* [en línea] [Consultada: 03 de octubre de, 2012] <<http://www.infobae.com/notas/123912-Diccionario-Xat-chat.html>>.

## CAPÍTULO III

### INTERNET Y LA TELEFONÍA MÓVIL EN BOLIVIA

#### 3.1. Breve historia de los inicios de la Internet

Para entender cómo es hoy Internet, resulta obligado echar un breve vistazo a la historia de sus inicios y es lo que Manuel Castells propone al principio de su libro *La Galaxia Internet*.

La red es un espacio libre de comunicación y esto se debe a dos hechos. El primero, Internet fue un producto fruto de la investigación tecnológica llevada a cabo en instituciones públicas norteamericanas y no en un sector privado reacio a invertir grandes cantidades de dinero en tecnologías que al principio podían parecer inseguras. El segundo, la ideología y cultura de sus creadores, ya que Internet (en su inicio ARPANET), era un proyecto del Departamento de Defensa de los Estados Unidos, pero desarrollado en las Universidades donde la cultura de la libertad individual estaba muy presente a finales de los 60 y principios de los 70; jóvenes estudiantes y profesores entendían que la red debía ser un espacio de libre expresión donde las aplicaciones y tecnologías desarrolladas estuvieran a disposición de todo el mundo, en un esfuerzo público y colectivo para desarrollar la nueva red de forma más efectiva.

Según Castells (2001:53-56-68-71), en la cultura de los creadores de Internet o “la cultura Internet” se distinguen cuatro estratos:

1. Las tecno-élites: es decir, las personas relacionadas con el mundo de la investigación académica e interesadas básicamente en el progreso tecnológico y en su difusión.

2. Los *Hackers*: individuos con amplios conocimientos técnicos y que ponen éstos a disposición de los demás miembros de la comunidad; no están empleados como técnicos en ninguna institución o empresa y no hay que confundirlos con *Crackers* los cuales son una parte del conjunto de *hackers* y los que les dan mala reputación.

3. Las comunidades virtuales: comunidades de usuarios que no tienen conocimientos informáticos expertos, pero que aprovechan la red para sus intereses, creando así nuevos usos para las mismas; comenzaron siendo grupos de determinadas ideologías pero hoy en día pueden estar basadas en muchas otras.

4. Los emprendedores: aparecen en la década de los 90. Son los principales responsables de que Internet se haya trasladado del ámbito científico al público en general; su principal interés es convertir los proyectos Internet en empresas.

Internet es un medio de comunicación con su lógica y lenguaje propios. Pero no está circunscrito a una manifestación concreta de la expresión cultural; más bien afecta a todas ellas. Es más, su comunicación suele estar incluida en la actividad social y no aislada en una suerte de mundo imaginario, el ámbito de los juegos de rol y las identidades falsas. Se utiliza para difundir mensajes políticos, para comunicarse por correo electrónico con las redes de la vida, para transmitir ideas y buscar información.

Es comunicación, pero no ocio, o al menos no de manera preponderante. Y como los medios audiovisuales, especialmente la televisión, están dominados por la lógica del entretenimiento, incluido el infotainment” (Castells, 2001:227).

### **3.2. Aparición del Internet en Bolivia (1995)**

La historia moderna del Internet se inicia entre 1950 y 1960 con el desarrollo de las computadoras y las conexiones entre ellas. En 1982 se normaliza su uso con la creación del protocolo de comunicación TCP/IP y el concepto de una red mundial interconectada, conocida como la *World Wide Web* (WWW).

Desde mediados de la década de 1990 el Internet ha tenido un gran impacto en la cultura y el comercio, incluyendo la comunicación instantánea por correo electrónico, y actualmente sigue creciendo con la creación de las redes sociales. Torrico (2002:64) señala que bajo la coordinación general de la representación en el país del programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), empezó el establecimiento del proyecto “Red No Comercial de Comunicación de Datos”, convertido más tarde en (BOLNET) Red Boliviana de Comunicación de Datos.

En Bolivia, en el año 1991 se dio los primeros pasos en el Internet; primero, con una infraestructura alquilada y posteriormente en 1993, con la instalación de los equipos definitivos en la Facultad de Ingeniería Electrónica de la U.M.S.A. a cabeza del Ing. Clifford Paravicini, logrando la comunicación 24 de horas al día con 91 países, proyecto llamado BOLNET. Se prestaba servicios a más de 1000 usuarios, incluyendo a instituciones académicas y científicas. La primera página *web* en Bolivia fue *www.bolnet.bo*.

En la actualidad, la Agencia para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en Bolivia (ADSIB) es la encargada de proponer políticas, implementar estrategias y coordinar acciones orientadas a lograr el uso efectivo de las nuevas tecnologías y sobre todo la inclusión digital.

### **3.3. Nacimiento y desarrollo de la telefonía móvil en Bolivia (1991)**

En 1960, Bolivia contó con la Empresa Nacional de Telecomunicaciones (ENTEL) en todas las actividades relacionadas con la telefonía a larga distancia, nacional e internacional, sobre las cuales poseía un monopolio estatal. La telefonía local contaba con empresas monopólicas en cada una de las principales ciudades y en muchas secundarias, cada una propietaria de su red local bajo una organización cooperativa y todas conectadas a la red de ENTEL para el servicio de larga distancia (Barja, 1999: 7).

El año 1991 se licita el servicio celular y se crea la primera empresa privada en este campo, la empresa Telefónica Celular de Bolivia (TELECEL), en asociación con la norteamericana Millicom International Celular, que introducen a Bolivia la telefonía celular para llamadas locales. El primer elemento de cambio del sector de telecomunicaciones en Bolivia se establece en el año 1994, se inicia el programa de capitalizaciones de las empresas públicas y en 1995 se aprueba la Ley de Telecomunicaciones<sup>21</sup> (Entel) y la creación del Sistema de Regulación Sectorial (*Sirese*), que dieron origen un año después al ente regulador en telecomunicaciones (*Superintendencia de Telecomunicaciones*), cuyo objetivo se concentró en la regulación, control y supervisión de los servicios de telecomunicaciones en el país (Zehnle, 2011:12). Por tal motivo su entrada en este mercado crea una competencia duopólica en precios entre ENTEL MÓVIL y TELECEL, generando un impacto inmediato y dramático en favor del consumidor en cuanto al acceso y costo de este servicio.

La segunda fase fue el año 2001 donde se estableció la apertura a la competencia a los mercados de telefonía fija y de larga distancia, cuyo proceso se basó en la aplicación de políticas de regulación tarifaria y servicio universal, interconexión tasas contable, acceso irrestricto a los servicios de larga distancia a través del sistema multiportador y finalmente el otorgamiento de concesiones. El tercer elemento está caracterizado por el crecimiento exponencial del servicio de telefonía móvil, la aplicación de tarifas en la modalidad “el que llama paga”, la introducción de la modalidad prepago, así como incrementos sustanciales en los niveles de inversión en el sector y una mayor cobertura de servicios.

La nacionalización de 1ro. de mayo de 2008 de varias empresas estratégicas, entre ellas Entel, la principal empresa de telecomunicaciones del país, representó otro elemento de cambio en el sector. El Estado a través de esta medida, acompañada de un Plan de Desarrollo en el campo de las telecomunicaciones, pretende revertir la situación

---

<sup>21</sup> Ley 1632 del 5 de Julio de 1995 Bolivia

de exclusión social y desigualdad de acceso a las telecomunicaciones, propiciando el desarrollo de la infraestructura y el incremento sustancial de la cobertura y acceso a los servicios, en especial para el área rural y buscando impulsar el acceso irrestricto a la información y el conocimiento.

Finalmente, mediante Decreto Supremo N° 0071 de fecha 9 de abril del 2009, se crea la Autoridad de Fiscalización y Control Social de Telecomunicaciones y transportes (ATT), ex Superintendencia de telecomunicaciones (SITTEL), que regula los servicios públicos de telecomunicaciones N° 1632 y sus reglamentos como marco legal aplicable (Zehnle, 2011:13).

### **3.3.1. Breve historia de las empresas de telefonía móvil en Bolivia**

Se tomó en cuenta para este trabajo de investigación las tres únicas empresas de telefonía móvil de Bolivia que prestan el servicio. Empresa Nacional de Telecomunicaciones S.A. (Entel), Telefónica Celular de Bolivia S.A. (Telecel - Tigo) y NuevaTel PCS de Bolivia S.A. (Viva).

1. Desde 1991 hasta 1996, el servicio de telefonía móvil era provisto únicamente por Telecel, que orientaba su oferta a un segmento de la población de ingresos elevados debido a los altos precios que caracterizaban hasta ese entonces al servicio. Esto determinaba que la telefonía móvil fuera considerada como un servicio suntuario (Zalles, 2008).

2. ENTEL fue fundada el 22 de diciembre de 1965 como Sociedad Anónima Mixta con representación oficial del Estado boliviano, con la finalidad de “desarrollar las telecomunicaciones en todas sus modalidades y formas en el territorio nacional”. En 1966 se convirtió en empresa pública descentralizada, bajo la tutela del Ministerio de Transportes, Comunicaciones y Aeronáutica Civil. El 27 de noviembre de 1995, se concedió a ETI - STET International (Telecom Italia) el 50% de las acciones de ENTEL

y la gestión de la empresa. Adicionalmente, la Ley de Telecomunicaciones (Ley N° 1632 del 5 de Julio de 1995) acordó a ENTEL un monopolio durante seis años sobre los servicios de telefonía de larga distancia nacional e internacional<sup>22</sup>. El 1ro de mayo de 2008, ENTEL se nacionaliza por Decreto Supremo N°29544. El Estado Boliviano es ahora el titular del 97% de las acciones de la empresa.

3. Con el propósito de promover el desarrollo de las telecomunicaciones en Bolivia, NuevaTel (Viva) inició operaciones a fines de 1999- 2000, trayendo por primera vez al país la tecnología GSM, centró su estrategia de competencia en la oferta de servicios adicionales, comportamiento que obligó a los otros proveedores a innovar su oferta, permitiendo también el crecimiento de la demanda y el incremento de número de usuarios<sup>23</sup>.

Según la Autoridad de Fiscalización y Regulación Social de Telecomunicaciones y Transportes (ATT) los datos a noviembre del 2010 reflejan que en el país existen 8.010.683 (Ocho millones diez mil seiscientos ochenta y tres) usuarios de telefonía móvil y 10.592.370 (Diez millones quinientos noventa y dos mil trescientos setenta) aparatos de telefonía móvil. La respuesta de la ciudadanía, el esfuerzo, voluntad y trabajo de los operadores permitió que la ATT cumpla con éxito esta medida que beneficia a todos los bolivianos (ATT, 2010: 29).

**Cuadro Nro. 8: Registro de celulares al 31/ 03/ 2011**

Empresa de telefonía móvil	Total mes abonados registrados en Bolivia	Total mes abonados registrados en el departamento de La Paz
Entel	4.644.094	14.25.629
Viva	2.542.960	803.701
Tigo	2.475.959	642.979
<b>Total</b>	<b>9.663.013</b>	<b>1460.9362</b>

**Fuente:** ATT, (2010; 36) Memoria Institucional

<sup>22</sup> EMPRESA NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES DE BOLIVIA ENTEL. (2012). *Fundación de la Empresa Nacional de Telecomunicaciones* [en línea] [Consulta: 27 de marzo 2012] <[www.entel.bo/](http://www.entel.bo/)>

<sup>23</sup> VIVA. *Fundación de Nuevatel* (2012) [en línea] [Consulta: 27 de marzo 2012] <[http:// www.viva.com.bo.](http://www.viva.com.bo/)>

Según Zehnle, en la revista MADE IN GERMANY (2011: 13), en los últimos años se ha registrado una verdadera batalla de empresas de telecomunicaciones, principalmente entre los tres operadores más importantes del país; Tigo, Viva, y Entel. El usuario, a la hora de definir, debe tomar en cuenta por lo menos tres aspectos fundamentales: tecnología, precio y calidad del servicio. De hecho, para los operadores no es nada fácil complacer a un público cada vez más exigente, especialmente al usuario joven que siempre demanda nuevos y más servicios adicionales. La nacionalizada Entel cubre aproximadamente el 40,22% del mercado nacional, mientras que Telecel (Tigo), la pionera del servicio móvil en Bolivia, el 31,64% y NuevaTel (Viva), el 27,84% del mercado de la telefonía móvil.

### **3.3.2. Aparición de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la telefonía móvil**

La creación de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas se remontan al origen de los fenicios como señala la profesora española Carmen Galán (2008), al indicar que “los fenicios fueron inventores del alfabeto y sólo tenían tres vocales. No tenían signo para esas vocales porque se recuperaban con el sonido de la consonante. Cuando dicen que es un lenguaje nuevo, pues puede serlo, pero los procedimientos tienen 3.000 años de antigüedad. Se emplean otra vez los jeroglíficos egipcios o las abreviaturas de la época de los romanos. Y es un fenómeno que hacemos todos, no solo los jóvenes”.

En el siglo XIX, la aparición del telégrafo revolucionó las comunicaciones, pues suponía un importante aumento de la velocidad de las mismas respecto al servicio de correo ordinario. Antes de la difusión del teléfono, los telegramas cobraron con rapidez cierta popularidad entre los ciudadanos a la hora de hacer comunicaciones con rapidez, tales como avisos urgentes. Este servicio se cobraba por palabras enviadas, de tal forma que los usuarios del mismo tenían que ingeniárselas para mantener el significado del

mensaje, minimizar el número de palabras a enviar y reducir el costo. Así, se eliminaba por ejemplo el uso de artículos o determinantes y se potenciaba el uso de sufijos<sup>24</sup>

El caso de la aparición de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en teléfonos móviles o celulares, se debe a la mayoría de mensajes que se intercambia por este medio, este uso es exclusivamente de los jóvenes, recurren al teclado para escribir y mandar los SMS.

“En definitiva, las tecnologías no son sujetos sino objetos creados por la historia humana, y su nacimiento y utilización dependen de las capacidades institucionales existentes y de la responsabilidad humana para transformar dichas capacidades cuando resultan insuficientes” (Ginéy Prats: 2001:10 -11).

Por último, los mensajes pueden contener 160 caracteres dependiendo la compañía telefónica. Si se pasa el límite el mensaje pasará a ser múltiple y tendrá doble costo; es por eso que se abrevia al máximo posible, pero sin perder el sentido que lo haga entendible. Puede ser incomodo teclear pero satisfactorio en la economía de crédito, rapidez, interacción y exclusividad ya que las aglutinaciones y abreviaciones léxicas son creadas por los mismos usuarios.

### **3.4. Unión de la telefonía móvil con Internet en el uso de la WEB para SMS**

El servicio de mensajes cortos o SMS (*Short Message Service*) para teléfonos móviles que permite el envío de mensajes cortos (también conocidos como mensajes de texto corto) entre teléfonos móviles, en Bolivia también está disponible desde los sitios web de las empresas Entel<sup>25</sup>, Viva<sup>26</sup> y Tigo<sup>27</sup>. Los SMS originariamente fueron

---

<sup>24</sup> RADIALISTAS.NET. *El lenguaje chat en Un signo de identidad de jóvenes y adolescentes* en [en línea] [Consulta: 27 de marzo 2012] <<http://www.radialistas.net>>.

<sup>25</sup> ENTEL. *sms* [en línea] [Consulta: 27 de marzo 2012] < <http://www.entel.bo/web/entel/sms>>

<sup>26</sup> VIVA. *sms* [en línea] [Consulta: 27 de marzo 2012] < <http://websms.nuevatel.com/websms3.php> >

<sup>27</sup> TIGO. *sms* [en línea] [Consulta: 27 de marzo 2012] < [http://webchat.bolivia.untoque.com/dyn/xml/smsweb/index\\_small.wireless](http://webchat.bolivia.untoque.com/dyn/xml/smsweb/index_small.wireless) >

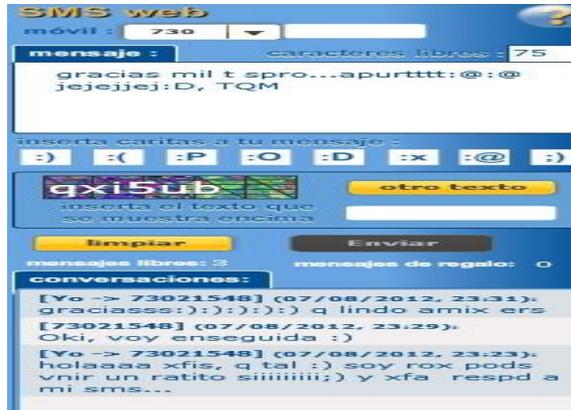
diseñados como parte del estándar de telefonía móvil digital GSM, pero en la actualidad están disponibles en una amplia variedad de redes, incluyendo las redes 3G (EABOLIVIA.COM).

## **1. SMS Entel**

Enviar SMS a los móviles de la Empresa Nacional de Telecomunicaciones (Entel S.A.), desde la *Web*, es un tanto complicado, ya que los “*ciber internet*” o “*cafés internet*” brindan un servicio lento que dificulta el acceso a la página web, por otro lado es la única compañía de telefonía móvil en Bolivia que implementó un sistema de precaución para el envío de mensajes por la *Web*, para acceder a este servicio el usuario debe ingresar a la página principal de Entel, posteriormente acceder a SMS y crear una cuenta o registrarse llenando los campos necesarios nombre de usuario, dirección de correo, nombre apellido paterno y materno, fecha de nacimiento, género y por último el texto de verificación o “*Captcha*”.

Una vez que el usuario este registrado podrá acceder al servicio con su dirección de correo electrónico y contraseña correspondiente, el llenado del formulario es sencillo, se ingresa el número del celular que debe ser de la compañía, el mensaje que se desea enviar y el código “*Captcha*” es el acrónimo de *Completely Automated Public Turing test to tell Computers and Humans Apart* (Prueba de *Turing* pública y automática para diferenciar máquinas y humanos). El mismo ya está en el formulario solo se debe copiar uno idéntico a la muestra y la hora que el usuario desee que llegue su mensaje.

Ilustración Nro. 1: SMS web de Entel



Fuente: SMS web (2012) [www.entel.bo/web/entel/sms](http://www.entel.bo/web/entel/sms)

## 2. SMS Viva

Es un sitio sencillo y práctico, con un formulario fácilmente comprensible para llenar, se debe escribir nombre, número de celular que debe ser de la compañía telefónica y la copia de un código “captcha”, tiene un espacio interactivo para comprobar las salidas y entradas de los mensajes *On Line*, en algunos casos por la deficiencia de los navegadores no logra ser visible. En la web de SMS viva solo te dejan enviar 90 caracteres abiertos.

Ilustración Nro. 2: SMS web de Viva



Fuente: SMS web (2012) [websms.nuevatel.com/websms3.php](http://websms.nuevatel.com/websms3.php)

### 3. SMS Tigo

Al igual que el SMS viva el servicio es interactivo, ofrece un formulario directo y abierto, con un panel que te informa de los mensajes que enviaste y/o recibiste. En SMS Tigo si no comprendes el código de seguridad “*captcha*” un botón te permite refrescar, para que te puedan generar un código que puedas comprender.

Ilustración Nro. 3: SMS web de Tigo



Fuente: SMS web (2012) [webchat.bolivia.untoque.com/dyn/xml/smsweb/index\\_small.wireless](http://webchat.bolivia.untoque.com/dyn/xml/smsweb/index_small.wireless)

### 3.5. Brevedad y exactitud en el modo informal de la comunicación y de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas

Los mensajes de texto en la telefonía móvil y chat son un fruto del contexto tecnológico actual que ve desarrollarse al máximo la abstracción de las relaciones sociales, las relaciones cara a cara, o interpersonales, disminuyen o son cada vez más innecesarias en algunas personas, cuando se trata de una comunicación al instante y las personas no se encuentran en el momento.

“Todos los medios de comunicación y su interactividad potencial, están cambiando nuestra cultura, y lo hará para siempre” (Castells, 1999: 61).

La juventud usa el envío de mensajes por telefonía móvil y chat porque les facilita una comunicación económica interactiva y veloz, se ahorra el crédito y el tiempo y lo mínimo que se tarda en el envío de un mensaje de texto es mínimo. Se usa la brevedad en la escritura al utilizar las aglutinaciones y abreviaciones léxicas.

## **CAPÍTULO IV**

### **JÓVENES UNIVERSITARIOS DE LA CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UMSA Y TARIFAS DE ENTEL, TIGO Y VIVA**

#### **4.1. Universitarios de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social y el uso de la telefonía móvil**

Hay un acuerdo general de que las TIC, especialmente con el desarrollo de Internet y la eclosión de la telefonía móvil celular, están cambiando nuestro mundo. Pero también se venía presuponiendo de manera general, que las TIC son caros, exigen importantes requerimientos técnicos y su evolución responde a avances de tipo tecnológico. Sin dejar de ser del todo cierto, la evolución de las tecnologías y la aparición de modernas herramientas que explotan a fondo las posibilidades de Internet, están poniendo en cuestión estos supuestos (Pérez y Castro, 2010:96).

La juventud es la etapa en que cesan los cambios bruscos vividos en la adolescencia, algo así como el “asentamiento” de la personalidad. Consecuentemente “es la mejor época para el aprendizaje intelectual”, para la captación de la realidad tal como es, al decidido esfuerzo para ocupar un sitio específico en la comunidad, la familia, la profesión, etc. Hoy en día los jóvenes tienen una impresionante velocidad para adaptarse a los cambios y cada vez más están a la expectativa de todo lo que es nuevo y esto hace que otras generaciones vean con asombro cómo cambian los modos de comportamiento; la forma en que los jóvenes se adaptan de manera radical a las nuevas tecnologías.

Los celulares se han vuelto una especie de “modo de vida” para la juventud, son parte de la indumentaria, cultura, del quehacer cotidiano. Un ejemplo de ello es “chicos que tienen dos celulares donde al mismo tiempo que conversan, envían mensajes lo que

indica que tienen una capacidad enorme de adaptación. La tecnología celular y el internet inmerso en ella han dado paso a nuevas formas de evolución en los aspectos urbanos, así como en la forma en que éstos solían administrarse.

El teléfono celular surgió como un medio de resolver necesidades básicas de la comunicación, pero hoy en día el celular es un objeto personal porque ofrece además de la comunicación una gama de servicios, entretenimiento en el marco de los últimos adelantos tecnológicos.

*Chaski* una palabra aymara, con el significado de ‘mensajero’, en el tiempo de los incas, fue el mensajero que repartió los mensajes de los reyes y nobles, sobre todo del imperio incaico. Se podría decir que las computadoras, el conocimiento digital correspondiente y el internet son el *chaski* de hoy. Los jóvenes que aprenden a dominar estos nuevos medios técnicos, tienen más posibilidades de encontrar trabajo en el futuro<sup>28</sup>.

El uso que hacen los jóvenes paceños universitarios del teléfono celular destaca el consumo masivo de los mensajes cortos SMS debido a que su precio es inferior a una llamada en esta comunicación abundan las aglutinaciones y abreviaciones léxicas, es así que el uso de la telefonía móvil formo una nueva generación de jóvenes que son particularmente hábiles para utilizar sus dedos pulgares, denominación que se le dio a los jóvenes en Japón como los “*oyayubisedai*”, se podría traducir como “ la generación de los pulgares.

La motivación del uso del celular y la interrupción en clase se debe a varios factores sucesos que requieren respuesta, cuando todo es teórico, mensajear, copiar en exámenes. Para la mayoría de los jóvenes el uso del celular están normal lo utilizan con

---

<sup>28</sup> DERKS, S. Y VAN DEN BERG, S. (2010) *El programa Chaski: las Tic como instrumento para mejorar la educación*. Revista de Conocimientos Diálogos Transdisciplinarios en la Sociedad de la Información fundación redes para el desarrollo sostenible en La Paz-Bolivia.

o sin conciencia mientras están en clase, se debe tomar conciencia que las demás personas merecen respeto de las otras personas al no usar el celular; el respeto a las reglas universitarias, entre otros.

Un breve recorrido por las ofertas académicas de carreras tecnológicas, demuestra que no existen aún ofertas relacionadas con procesos de digitalismo y digitalización en el país. Nuevamente, se observa altos grados de dependencia académica, lo que reduce directamente, las posibilidades y capacidades de innovación tecnológica. Para poner un ejemplo, no existen institucionalizadas materias universitarias referidas a la Producción de Contenidos Digitales Interactivos o a la simple Producción de Contenidos, lo que demuestra que este campo aún no ha sido visualizado en su potencialidad industrial ni micro-empresarial, mucho más cuando hablamos de la Sociedad de la Información, o en un avance discursivo, de la digitalización de la Sociedad. (Rojas, 2010:113).

Es necesario recalcar que el uso excesivo del celular puede afectar a las personas según un estudio realizado en Illinois, Estados Unidos con dos grupos de jóvenes. El resultado fue que aquellos que lo usaban en demasía fueron más susceptibles a la ansiedad y el estrés<sup>29</sup>. De igual manera el uso constante de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la telefonía móvil puede causar mala redacción, sintaxis y ortografía en la comunicación escrita formal.

#### **4.2. Registro de celulares y preferencia de servicios en telefonía móvil**

Según los datos Autoridad de Fiscalización y Regulación Social de Telecomunicaciones y Transportes (ATT) el registro de celulares a través del cumplimiento del D.S. N° 0353 de 4 de noviembre de 2009 fue un logro importante. Esta

---

<sup>29</sup>Los jóvenes que lo usaban de forma excesiva mostraron un estilo de vida descuidado, mayor consumo de bebidas estimulantes, dificultades para dormir y mayor susceptibilidad al estrés y la fatiga. Es un estudio realizado a 21 jóvenes de 14 a 20 años, por la Asociación Profesional de Sociedades del Sueño en Westchester, estado de Illinois, <http://www.elspectador.com/articulo-estudio-dice-el-uso-de-telefonos-moviles-perturba-el-sueno-de-los-jovenes>.

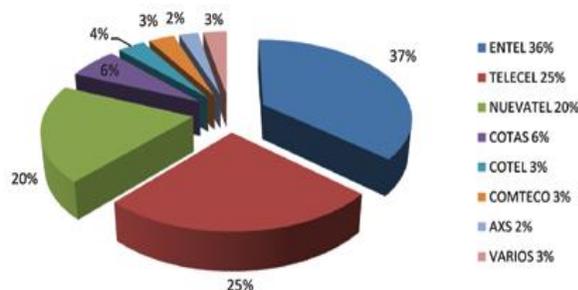
norma tiene por objeto establecer mecanismos para el control de la comercialización y activación de celulares robados, hurtados y/o extraviados, e impedir el uso de los servicios de telecomunicaciones móviles en la comisión de delitos, como parte de las acciones de seguridad ciudadana a ser desarrolladas entre las instituciones públicas, privadas y la sociedad civil (ATT, 2010:28).

El reglamento de este decreto fue elaborado en su totalidad por la ATT: el primer corte del registro se lo realizó el 16 de marzo de 2010 consiguiendo registrar más del 80% de los usuarios de telefonía móvil. Tras una exhaustiva evaluación, se amplió el registro de celulares hasta el 30 de mayo de 2010 enfocado esencialmente en el área rural. Se cerró la ampliación con más del 95% usuarios registrados en la telefonía móvil.

Los datos a noviembre del 2010 reflejan que en el país existen 8.010.683 (Ocho millones diez mil seiscientos ochenta y tres) usuarios de telefonía móvil y 10.592.370 (Diez millones quinientos noventa y dos mil trescientos setenta) aparatos de telefonía móvil.

El trabajo de la ATT en el sector de telecomunicaciones como aporte a la sociedad puede resumirse en cuatro pilares: la seguridad ciudadana, la igualdad de oportunidades, la calidad del servicio y la protección de los derechos tanto de usuarios como de operadores. (ATT, 2010:29).

**Cuadro Nro. 9: Registro de celulares al 31/ 03/ 2011**



**Fuente:** ATT. Memoria Institucional. Datos preliminares (en base a los ingresos del primer y segundo semestre) (2010: 36)

Cuadro Nro. 10: Registro de celulares al 31/ 03/ 2011

Operador	Departamento	al 31/03/2011						
		Total Abonados Activos	Total Abonados Registrados	Lista PAR IME-IMSI	Lista Blanca	Lista Negra		
						Viva	Tigo	Entel
VIVA	La Paz	600.313	803.701	259.807	668.977	16.053		
	Santa Cruz	555.260	786.175	266.009	651.306	8.605		
	Cochabamba	404.543	552.417	156.682	494.939	9.638		
	Chuquisaca	36.938	54.062	70.070	35.387	1.011		
	Tarija	60.616	85.620	21.358	60.187	1.434	45149	67657
	Oruro	63.815	90.861	24.789	62.978	1.364		
	Potosi	63.896	102.955	25.352	63.887	1.064		
	Beni	34.954	60.911	16.250	35.236	391		
	Pando	3.617	6.258	1.159	3.669	15		
	No Identif.							
<b>Total Mes</b>	<b>1.823.952</b>	<b>2.542.960</b>	<b>841.476</b>	<b>2.076.566</b>	<b>39.575</b>	<b>45.149</b>	<b>67.657</b>	
TIGO	La Paz	649.530	642.979	226.528	685.536	16.751		
	Santa Cruz	1.039.094	1.026.884	434.596	1.128.817	8.926		
	Cochabamba	366.983	362.476	133.452	408.224	16.296		
	Chuquisaca	85.250	84.637	42.043	86.798	1.557		
	Tarija	135.570	134.290	46.676	146.596	1.788	48111	65268
	Oruro	68.298	67.615	27.252	72.105	1.473		
	Potosi	59.062	58.514	21.006	60.803	1.139		
	Beni	75.745	74.872	25.701	73.388	1.122		
	Pando	21.956	21.692	6.708	21.060	594		
	No Identif.				148.827	1.318		
<b>Total Mes</b>	<b>2.501.488</b>	<b>2.475.959</b>	<b>963.962</b>	<b>2.832.154</b>	<b>48.111</b>	<b>50.964</b>	<b>65.268</b>	
ENTEL	La Paz	884.934	1.425.629	253.216	1.136.771			27.575
	Santa Cruz	569.555	884.027	206.656	661.722			12.123
	Cochabamba	501.450	775.887	153.629	612.650			7.438
	Chuquisaca	191.990	290.610	64.410	221.923			3.490
	Tarija	178.913	299.071	61.170	231.982	38599	46742	4.787
	Oruro	250.826	399.880	70.508	321.233			6.488
	Potosi	201.950	325.180	61.296	258.010			4.763
	Beni	101.799	168.841	38.504	128.090			1.836
	Pando	40.090	74.969	23.221	50.745			753
	No Identif.							
<b>Total Mes</b>	<b>2.921.507</b>	<b>4.644.094</b>	<b>932.610</b>	<b>3.623.126</b>	<b>38.599</b>	<b>46.742</b>	<b>69.251</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>7.246.947</b>	<b>9.663.013</b>	<b>2.738.048</b>	<b>8.531.846</b>	<b>Σ LISTA NEGRA</b>		<b>159.790</b>	

Fuente: ATT. Memoria Institucional (2010: 36).

Los datos de la Autoridad de Fiscalización y Regulación Social de Telecomunicaciones y Transportes (ATT) muestran que la estatal Empresa Nacional de Telecomunicaciones (Entel) tiene el mayor número de registro de celulares. Al 31 de diciembre de 2010, el 41,5% (2.977.420) de las líneas móviles del país están registradas en esta compañía telefónica.

A la empresa nacionalizada le sigue Telecel (Tigo). Esta firma, filial de *Millicom International Cellular SA*, tiene el 33,5% (2.404.406) de celulares. En tercer lugar se encuentra Nuevatel (Viva) con el 25% (1.797.467) de abonados.

### 4.3. Tarifas de Entel, Tigo y Viva para el envío de SMS

Las empresas que prestan el servicio en telefónica móvil en Bolivia (Entel, Viva y Tigo) implementarán nuevas tarifas a partir de finales del mes de agosto de 2012, señaló el director ejecutivo de la Autoridad de Fiscalización y Regulación de Telecomunicaciones y Transportes (ATT), Clifford Paravicini<sup>30</sup>.

Cuadro Nro. 11: Tarifas prepago Entel, Viva y Tigo en la telefonía móvil por minuto



**Fuente:** Con base en información extractada de las web de Entel, Tigo y Viva (2012) [www.la-razon.com](http://www.la-razon.com)

Mediante la telefonía móvil el abonado tiene la ventaja de comunicarse mediante los SMS (*Short Message Service*) en el acrónimo inglés, son mensajes cortos que se construyen en los teléfonos celulares, utilizando las letras de sus teclados y los cuales se envían a través de la misma red telefónica inalámbrica.

<sup>30</sup> LA RAZON. (2012). *Las telefónicas se oponen a la rebaja de tarifas* [en línea] [Consulta: 3 de octubre 2012] <<http://www.la-razon.com/economia/telefonicas-oponen-rebaja->>.

Los mensajes de texto son prácticos y directos al momento de la comunicación en jóvenes mediante las telefonías de Entel, Tigo y Viva. El envío de los mensajes de texto es muy sencillo cada celular tiene su propio menú para enviar un mensaje de texto.

Instrucciones para el envío de mensajes de texto en la telefonía móvil:

1. Ingresa a Menú Principal, elige Mensajería y presiona Seleccionar.
2. Elige la opción Escribir nuevo.
3. Mensajes de Texto y presiona Seleccionar.
4. Escribir texto.
5. seleccionar opciones si se desea agregar símbolos, íconos, emoticones.
6. Al terminar presiona enviar mensaje al número seleccionado.
- 7.- Presionar aceptar y enviar el SMS.

El costo de cada mensaje enviado por las tres operadoras de telefonía móvil Entel, Tigo y Viva es de Bs. 0,20 centavos (0,03\$*us*). De modo que recibir llamadas y SMS en el celular, navegar por internet, chatear, entre otras, son formas de sociabilidad entre la juventud, a continuación se describirá las formas de pago y promociones de las tres operadoras de telefonía móvil Entel, Tigo y Viva en el envío de mensajes de texto, a continuación se dará más detalles de las tarifas y promociones de las tres compañías de telefonía móvil en Bolivia.

#### **4.3.1. Tarifas y promociones de Entel**

Entel, la Empresa Nacional de Telecomunicaciones de Bolivia, actualmente es la empresa líder y con la mayor cobertura del sector que expande y promociona más de 20 servicios, para esta investigación sólo se tomará en cuenta las formas de pago y las promociones en el envío de SMS.

**El plan Post-pago de Entel móvil:** Tiene una tarifa básica que varía desde los Bs. 50 (7,31\$*us*) hasta los Bs. 600 (87,68\$*us*) por mes, donde todos otorgan diferentes

cantidades de minutos libres locales y SMS (mensajes de texto) gratuitos. El abonado puede controlar su consumo ya que de forma automática se le asigna un monto en bolivianos equivalente al doble de la tarifa básica de su plan como límite de consumo. Cuenta también con el Plan Plus Familia tiene 2 segmentos diferenciados: uno con 2 líneas (Plan Plus Pareja) y otro de 3 a 10 líneas (Plan Plus Familia).

**Cuadro Nro. 12: Móviles post-pago individuales**

**Planes y tarifas fraccionadas al segundo vigente expresado en bolivianos.**

**Plan Pos Pago básico / exacto/ más por menos**

Planes	Tarifa Básica Mensual (Bs)	Minutos Libres	Tarifa Minuto Libre (Bs)	Tarifa Excedente (Bs)	Horario	Tarifa por SMS excedente (Bs)	SMS Libres Incluidos	Consumo controlado (Bs)	
								Desde	Hasta
<b>Xxlarge</b>	600	750	0,80	0,80	24 horas todos los días	0,20	70	650	1,000
<b>Xlarge</b>	400	500	0,80	0,80	24 horas todos los días	0,20	60	450	800
<b>Large</b>	300	350	0,86	0,80	24 horas todos los días	0,20	50	350	600
<b>Medium</b>	200	200	1,00	0,80	24 horas todos los días	0,20	40	250	400
<b>Smallplus</b>	150	150	1,00	0,90	24 horas todos los días	0,20	30	200	300
<b>Small</b>	100	90	1,11	1,00	24 horas todos los días	0,20	20	150	200
<b>Xsmall</b>	50	40	1,25	1,10	24 horas todos los días	0,20	10	100	100

**Fuente:** Tarifas de servicios (2012) [www.entel.bo](http://www.entel.bo)

- Expresado en Bolivianos (Bs.) e incluyen impuestos de ley
- Cobro al segundo
- Los minutos libres y la tarifa excedente son válidos para llamadas a móviles de todo el país y a teléfonos fijos en la misma ciudad
- No se activan nuevas líneas en los planes Post pago EXACTO y MAS POR MENOS

Nota: El máximo consumo controlado permitido para cada franja tarifaria puede ser incrementado a solicitud del abonado, previa verificación de factibilidad.

**El Plan Pre-pago:** Es sencillo de obtener. Para esto no se requiere ningún requisito. Sólo es necesario adquirir un teléfono móvil a Entel o presentar su propio teléfono móvil, sea compatible con la tecnología en GSM o TDMA. Puede ser recargado

utilizando tarjetas hola desde 10Bs (1,46\$us), 30Bs (4,39\$us),50Bs (7,31\$us), 100Bs (14,63\$us) y recargas de 5 Bs(0,73\$us)para adelante.

**Cuadro Nro. 13: Móviles Post-pago individuales**

**Planes y tarifas fraccionadas al segundo vigente expresado en bolivianos.**

**Prepago básico/ exacto/ más por menos**

Planes	Horarios			Tarifas por			H. Normal SMS	Tarifas por SMS
	H. Norma	H. Reducido	H. Super-Reducido	HORARIO NORMAL Días: Lunes a Domingo	HORARIO REDUCIDO Días: Lunes a Domingo	HORARIO SUPERREDUCID O Días: Lunes a Domingo	HORAS	
<b>Prepago</b>	1,50	0,68	0,50	7:00 a 20:59	21:00 a 23:59	00:00 a 06:59	0,20	

**Fuente:** Tarifas de servicios (2012) [www.entel.bo](http://www.entel.bo)

**Servicios para el abonado Entel:** Los Multimedia Messaging Service (MMS) o Mensajería Multimedia de Entel permite transmitir imágenes en movimiento, vídeos, gráficos y sonidos, junto con el texto de los mensajes gracias a la tecnología GPRS. Estos MMS pueden incluir los siguientes elementos, dependiendo del equipo: imágenes o fotos, sonido: *ringtones* polifónicos, mensajes de voz, videos cortos, texto: como el utilizado en un mensaje de texto SMS, el precio del servicio Bs 0,90 (0,13\$us).

**Messenger móvil:** para obtener el servicio el usuario debe registrarse en la red de mensajería, enviando un SMS al número 858 con los datos y cuenta de correo electrónico del usuario, posteriormente para conectar su celular se debe enviar la palabra C al número 858 a la red de mensajería. El costo del servicio es de Bs.0, 30(0,04\$us) por mensaje enviado.

**En Internet móvil de 4g Post-pago:** Es posible navegar en una PC o un equipo portátil. Para navegar por primera vez, se debe conectar el modem USB y seguir las instrucciones de instalación del software, una vez instalado se debe hacer *click* en

conectar, el abonado tiene las posibilidades de elegir cualquiera de los planes post pago de internet móvil.

**Cuadro Nro. 14: Internet móvil 4g Post-pago**

Planes	Abono Mensual (Bs.)	Máximo Transferencia a (MB)	Tarifa por MB adicional (Bs.)
<b>BAM 50</b>	50	1000	0,20
<b>BAM 100</b>	98	2000	0,20
<b>BAM 150</b>	150	3000	0,20
<b>BAM 198</b>	198	5000	0,20
<b>BAM 300</b>	260	5200	0,20
<b>BAM 10 GM</b>	288	10240	0,20
<b>BAM Ilimitado</b>	320	Ilimitado	No Aplica

**Fuente:** Tarifas de servicios (2012) [www.entel.bo](http://www.entel.bo)

- Expresado en Bolivianos (Bs.) e incluyen impuestos de ley
- Redondeo cada 512 KB
- Las aplicaciones Peer to Peer en los horarios de 06:00 a 23:59 tendrán una velocidad de 96 kbps y en los horarios de 00:00 a 05:59 tendrán una velocidad de 256kbps.
- Los MB no consumidos expiran al finalizar el mes.
- La velocidad de navegación es de hasta 1Mbps y será determinada por la red al momento de la conexión, bajo la característica de “Mejor Esfuerzo”.
- Fuera de la cobertura 4G la conexión automáticamente cambiará a la red GSM.
- En cualquier plan una vez alcanzados los 10.000 MB de transferencia, se establece que la velocidad de navegación será de hasta 96Kbps.

## Internet móvil 4g Pre-pago:

**Cuadro Nro. 15: Internet móvil 4g Pre-pago**

Planes	Tarifa por MB (bs.)	Descripción
<b>BAM BASICO PRE PAGO</b>	0.90	Abonados Internet Móvil 4G pre pago.
<b>BAM DIRECTO POST</b>	0.80	Abonados Internet Móvil 4G post pago que habiendo superado su consumo controlado pasan a modalidad prepago

**Fuente:** Planes y tarifas fraccionadas al segundo. (2012) [www.entel.bo](http://www.entel.bo)

- Expresado en Bolivianos (Bs.) e incluyen impuestos de ley
- Redondeo cada 512 KB.
- Los medios de recarga válidos son: Recarga Entel, Recarga al Paso, Recarga Mayorista, Tarjeta Prepago (a través de [www.entel.bo](http://www.entel.bo)) y Recarga Internacional.
- La velocidad de navegación será determinada por la red al momento de la conexión, bajo la característica de “Mejor Esfuerzo”, que en condiciones óptimas podrá llegar hasta 1Mbps.
- Las aplicaciones Peer to Peer en los horarios de 06:00 a 23: 59 tendrán una velocidad hasta de 96 kbps y en los horarios de 00:00 a 05:59 tendrán una velocidad hasta de 256 kbps.

- Una vez alcanzados los 10.000 MB de transferencia de datos la velocidad se reducirá hasta 96Kbps

Las recargas de crédito tendrán las siguientes vigencias:

**Cuadro Nro. 16: Recarga**

Monto Crédito de Recarga (Bs.)	Vigencia del Crédito
1 a 49	60 días
50 a 99	90 días
100 adelante	150 días

**Fuente:** Planes y tarifas fraccionadas al segundo (2012) [www.entel.bo](http://www.entel.bo)

- Al vencimiento de la vigencia, el crédito no consumido se sumará al nuevo crédito que se cargue, mientras permanezca la línea activa.
- Al vencimiento de la vigencia, si no se realiza recarga, la línea permanecerá activa para la recepción de mensajes y acceso a la página de recarga hasta 30 días calendario. Pasado este tiempo si no se realiza la recarga de crédito la línea será dada de baja y el crédito será revertido.

**Promociones de Entel :** Esta promoción entro en vigencia desde el 3 de Noviembre hasta el 11 de Noviembre de 2012 o hasta agotar stock, los usuarios de telefonía móvil y habilitaciones nuevas en un plan de telefonía móvil Post pago Básico Tope Mensual, plan Corporativo Exacto Monto Comprometido o un plan Institución Pública y que se suscriban a un Paquete en el sistema 4G Entel Móvil post pago de Cargo Fijo Mensual podrán acceder a un equipo Samsung Galaxy SII en el stand de Entel en la FIPOSÍ 2012, bajo las siguientes características<sup>31</sup>.

**Cuadro Nro. 17: Plan Post- pago Básico tope mensual**

Planes	Tarifa básica mensual para telefonía móvil (bs)	Paquete Entel 4g post pago	Mega bytes libres	Tarifa mensual datos (bs.)	Precio del equipo terminal (\$us.)
<b>Xxsmall</b>	30	4G POST 98	2000	98	390
<b>Xsmall</b>	90	4G POST 98	2000	98	330
<b>Small</b>	160	4G POST 150	3000	150	230
<b>Smallplus o superior</b>	240	4G POST 288	10240	288	1

**Fuente:** Plan - Post -pago Básico tope mensual (2012) [www.entel.bo](http://www.entel.bo)

<sup>31</sup> Datos de archivo en <http://www.entel.bo/promociones/>

**Cuadro Nro. 18: Plan Post-pago corporativo exacto monto comprometido/ Plan Post- pago institución pública**

Rango de tasa mínima por instancia para telefonía móvil	Paquete Entel 4g post- pago	Mega bytes libres	Tarifa mensual datos (bs.)	Precio del equipo terminal (\$us.)
50-99	4G POST 98	2000	98	390
100-149	4G POST 98	2000	98	330
150-249	4G POST 150	3000	150	230
250-más	4G POST 288	10240	288	1

**Fuente:** Plan Post - pago corporativo exacto monto comprometido/ Plan Post - pago institución pública (2012) [www.entel.bo](http://www.entel.bo)

#### 4.3.2. Tarifas y promociones de Tigo

Telecel S.A. (Tigo) brinda diferentes tipos de planes para la comunicación en telefonía móvil, de acuerdo a las necesidades del usuario. Para esta investigación se tomará en cuenta tarifas y promociones.

**Planes Post-pago Tigo:** Tienen un límite de consumo mensual, si los minutos no se agotan, el abonado puede seguir comunicándose pagando minutos excedentes de acuerdo tu plan.

**Cuadro Nro. 19: Tigo post-pago**

Planes	Tarifa Básica Mensual (Bs.)	Minutos Libres	Tarifa Minutos Libres (Bs.)	Tarifa Minutos Excedentes (Bs.)	Banda Horaria
TIGO 120	120	136	0,88	1,10	24 Horas
TIGO 170	170	200	0,85	0,95	24 Horas
TIGO 260	260	325	0,80	0,85	24 Horas
TIGO 340	340	425	0,80	0,80	24 Horas
TIGO 430	430	537	0,80	0,80	24 Horas
TIGO 650	650	812	0,80	0,80	24 Horas
TIGO1000	1.000	1250	0,80	0,80	24 Horas

**Fuente:** Sección servicios y planes (2012) [www.tigo.com.bo](http://www.tigo.com.bo)

Las características del plan post pago son fraccionamiento por segundo Planes vigentes para comercialización, tarifas válidas para llamadas a móviles de todo el país y fijos de la misma ciudad (Área de Servicio Local), estos planes pueden estar asociados al

valor agregado *Telegroup*, el uso de servicios de valor agregado y larga distancia se facturan como excedente planes compatibles con el servicio de *Roaming* Internacional llamadas con tarifa local a cualquier móvil del país ,Días Normal, Reducido y Extra Reducido de lunes a domingo y feriados nacionales<sup>32</sup>.

**El abonado en Tigo Pre-pago:** Puede encontrar las tarjetas de crédito disponibles de 10Bs (1,46\$us), 20Bs (2,93\$us), 30Bs (4,39\$us), 50Bs (7,31\$us) ,100 Bs (14,63\$us) y mini recargas. El siguiente cuadro muestra la factura fija expresado en bolivianos (Bs).

**Cuadro Nro. 20: Tigo Pre-pago**

Tarifa por Minuto		
Horario Normal	Horario Reducido	Horario Extra Reducido
07:00 –20:59	21:00 – 23:59	00:00 – 06:59
1,73	0,79	0,57

**Fuente:** Sección servicios y planes (2012) [www.tigo.com.bo](http://www.tigo.com.bo)

**Cuadro Nro. 21: Tarifa por minuto (bs) horarios**

Planes Tigo	Tarifa Básica Mensual (Bs)	H. Normal	H. Reducido	H. Normal	H. Reducido	SMS de Bienvenida	M de Bienvenida MS
<b>Plan Tigo Junior</b>	30	16,5	0,69	07:00 - 19:59	20:00 a 06:59	100	10
<b>Plan Tigo Estudiantil</b>	50	1,30	0,69	07:00 - 19:59	20:00 a 06:59	200	10
<b>Plan Tigo Estudiantil</b>	75	1,30	0,69	07:00 - 19:59	20:00 a 06:59	300	20
<b>Plan Tigo Universitario</b>	150	0,88	0,69	07:00 - 19:59	20:00 a 06:59	400	20

**Fuente:** Sección servicios y planes (2012) [www.tigo.com.bo](http://www.tigo.com.bo)

<sup>32</sup> TIGO. (2012). *Plan Post-pago* [en línea] [Consulta: 27 de marzo 2012] <[www.tigo.com.bo](http://www.tigo.com.bo)>

Los Planes Estudiantiles expresado en bolivianos, fraccionamiento al segundo, planes vigentes para comercialización, horario normal de lunes a sábado, horario Reducido de lunes a sábado, domingos y feriados nacionales las 24 Horas. Estos planes pueden estar asociados al valor agregado *Telegroup*, tarifas válidas para llamadas a móviles de todo el país y fijos de la misma ciudad.

**Internet móvil Tigo:** Para acceder Internet Móvil Tigo es preciso tener un teléfono con tecnología 3G UMTS-HSDPA 850, así mismo se tiene que estar dentro de cobertura. Si se está fuera de cobertura 3G, el teléfono GSM 850 automáticamente cambiará de red y utilizará todos los servicios GSM tradicionales. Tigo ofrece al cliente una variada oferta de paquetes para que se pueda disfrutar en el celular ya sea en el plan Pre pago o Post pago.

**Cuadro Nro. 22: Post-pago – factura fija**

Máximo de transferencia	Precio de suscripción en Bs. (IVA Incluido)	Precio por MB Adicional en Bs. (IVA Incluido)
55 MB	15	4.00
75 MB	20	4.00
150 MB	35	4.00
400 MB	65	4.00
800 MB	90	4.00
2.000 MB	140	4.00
5.000 MB	200	4.00
8.000 MB	240	4.00

**Fuente:** Internet móvil Tigo (2012) [www.tigo.com.bo](http://www.tigo.com.bo)

Características según Estos planes deberán estar necesariamente asociados a un plan de telefonía Post - Pago o Factura Fija, el valor de estos planes de navegación se adicionará al monto correspondiente al plan de telefonía contratado, el cliente recibirá la totalidad de los Mega Bytes del plan elegido desde el primer día de suscripción, el primer mes se realizará el prorrateo de la tarifa del plan según el día del mes en el que se realice la activación, la cuota de Mega Bytes asignada a cada plan se consumirá con

fraccionamiento cada 200 *Kbytes*, la cuota mensual en Mega *Bytes* de los planes limitados NO es acumulable. El cliente puede elegir paquetes de navegación por tiempo.

**Cuadro N ro. 23: Paquetes de datos Pre-pago por tiempo - NC 4646**

Nombre Paquete	Tarifa Bs	MB Incluidos	Vigencia
<b>Hora</b>	7	200	60minutos
<b>Día</b>	20	1000	24 horas
<b>Semana</b>	100	5000	7 días
<b>Mes</b>	350	20000	30 días

**Fuente:** Internet móvil Tigo (2012) [www.tigo.com.bo](http://www.tigo.com.bo)

Este paquete consiste en que el usuario envíe un SMS con la palabra HORA al número corto 4646, desde su celular, el cliente recibirá dos SMS de respuesta; el primero indicando que la transacción está en proceso el segundo, confirmando la suscripción al paquete elegido, se avisara mediante 2 mensajes 30 minutos y 20 minutos antes del servicio termine, el cobro de Mega *Bytes* adicionales aplica solamente si el cliente continúa navegando una vez haya vencido la vigencia del paquete.

**Paquetes por capacidad de navegación:** El cliente puede elegir paquetes de navegación por capacidad navegación:

**Cuadro Nro. 24: Paquetes de navegación por capacidad navegación**

Cuota Mensual en Mega Bytes	Tarifa en Bs.	Precio en Bs. por MB Adicional
<b>75 MB</b>	25.00	4.00
<b>150 MB</b>	40.00	4.00
<b>400 MB</b>	75.00	4.00
<b>800 MB</b>	100.00	4.00

**Fuente:** Internet móvil Tigo (2012) [www.tigo.com.bo](http://www.tigo.com.bo)

Los abonados de Factura Fija o Pre - pago pueden adquirir los paquetes enviando un mensaje gratuito con la palabra INTERNET al número corto 8080, el usuario elige el paquete de su conveniencia el cual tiene una validez de 30 días, el cliente podrá consultar su saldo en Mega *Bytes* enviando la palabra SALDO al número 174.

**Cuadro Nro. 25: Internet total**

Máximo de Transferencia	Precio de Suscripción en Bs. (IVA Incluido) Diario	Precio por MB Adicional en Bs. (IVA Incluido)
300 MB diarios	3	4.00

**Fuente:** Internet móvil Tigo (2012) [www.tigo.com.bo](http://www.tigo.com.bo)

**Promociones de Tigo:** Paquetigos SMS es una propuesta Telecel (Tigo) entro en vigencia el 25 de agosto a 22de noviembre del 2012, para la compra de la promoción se debe marcar del celular\*222# y la opción llamar para elegir el Menú, seleccionar el menú paquetigos disponibles y optar por la opción 1“SMS”,Opción 2 “paquetigos Llamadas” Opción 4 “paquetigos Internet” el servicio es efectiva solo para clientes Tigo prepago y Factura Fija válido hasta 23:59 horas del mismo día de la compra<sup>33</sup>. Características de paquetigos invernales de SMS en el siguiente cuadro:

**Cuadro Nro. 26: Paquetigos SMS**

OFERTA	DESCRIPCIÓN	PRECIO BS.
Paquetigo 1	2 Minutos	2
Paquetigo 2	3 Minutos	2,8
Paquetigo 3	8 Minutos	7,5
Paquetigo 4	16 Minutos	14
Paquetigo 5	35 Minutos	30
Paquetigo 6	5 Minutos	5
Paquetigo 7	10 Minutos	10,1
Paquetigo 8	30 Minutos	28

**Fuente:** sección promociones (2012) [www.tigo.com.bo](http://www.tigo.com.bo)

**Servicios móviles de Tigo :** SMS por cobrar este servicio consiste en el envío de mensajes agregando 402 al número Tigo del destinatario, dicho mensaje es pagado por quien lo recibe la suma de Bs 0,20 centavos (0,03\$us); ejemplo **40276500000**, al instante de mandar el mensaje por cobrar recibe un mensaje de notificación del corto 404, solicitando al cliente que se identifique, para que en los posteriores envíos de mensaje el abonado sea identificado por el receptor el servicio es válido solo entre usuarios Tigo.

<sup>33</sup> Datos de archivo en <http://www.tigo.com.bo/personas/planes-y-paquetigos/ofertas>

Características del servicio válido a nivel nacional para usuarios Tigo Pre Pago, Factura Fija y Pos pago con tecnología GSM 2G y 3G. El usuario que no desee utilizar el servicio puede hacer caso omiso de la notificación y el proceso de SMS por cobrar seguirá su curso normal<sup>34</sup>.

### 4.3.3. Tarifas y promociones de Viva

NUEVATEL (viva) es la empresa más joven en el sector de telecomunicaciones de telefonía móvil, esta compañía ofrece diversos servicios para el cliente. Para esta investigación solo se tomara en cuenta las formas de pago y las promociones en el envío de SMS.

**El servicio Pre-pago de Viva:** consiste la posibilidad de cancelar tu consumo antes de efectuarlo, mediante el uso de tarjetas Pre-Pago, que son cargadas a tu cuenta estas tarjetas están disponibles al público desde 10Bs (1,46\$us),30Bs (4,39\$us),50Bs (7,31\$us),90Bs (\$us) Bs y las recargas viva desde 1Bs (0,15\$us). Este plan ofrece las tarifas fraccionadas al segundo.

**Cuadro Nro. 27: Tarifas Pre-pago**

Tarifa en horario normal de lunes a domingo y feriados	07:00 a 20:59	Bs 1.55 por minuto
Tarifa en horario súper-reducido de lunes a domingo y feriados	21:00 a 23:59	Bs 0.69 por minuto
SMS Nacional	00:00 a 06:59	Bs 0.51 por minuto
SMS		Bs 0,20
Internacional		N/A
Redondeo		1 segundo

**Fuente:** Pre-pago tarifas (2012) [www.nuevatel.com](http://www.nuevatel.com)

**Post-pago abierto:** es un servicio para el abonado el cual accede a una tarifa básica mensual, a cierta cantidad de minutos libres, para ser utilizados en llamadas locales a móviles como a fijos del país.

<sup>34</sup> TIGO. (2012).*Servicios móviles* [en línea] [Consulta: 27 de marzo 2012] <[www.tigo.com.bo](http://www.tigo.com.bo)>

**Cuadro Nro. 28: Tarifas Post-pago abierto**

Planes tarifarios	Pago mensual (Bs)	Minutos libres	Tarifa por minuto libre	Tarifa por minuto excedente (Bs/min)	SMS
Viva 70	80	70	1,14	1,25	15
Viva 110	123	110	1,12	1,10	15
Viva 170	185	170	1,09	0,92	15
Viva 250	260	250	1,04	0,80	20
Viva370	330	370	0,89	0,80	20
Viva 750	500	625	0,80	0,80	20

**Fuente:** Post-pago tarifas (2012) [www.nuevatel.com](http://www.nuevatel.com)

**Internet móvil Viva:** La red de Viva permite que los usuarios naveguen en la red GPRS/EDGE y la red 3.5 G (La Paz, Cochabamba y Santa Cruz). Para poder acceder al servicio tu terminal deberá estar configurada correctamente, para esto puedes llamar sin costo al 800 14 1414 y solicitar el envío de las configuraciones para tu celular de acuerdo al modelo y la marca del mismo. El costo del servicio es de Bs.4 (0,59\$us) por cada 1 Mb. de navegación, se tiene también las tarifas con descuento por suscripción. Para acceder se debe llamar al \*511# desde un celular.

**Cuadro Nro. 29: Bolsa periodo Pre-pago**

Nombre del Plan	Periodicidad	Precio Bs.	Precio por MB adicional	Límite capacidad	Velocidad hasta
Internet móvil hora	60 Minutos	Bs. 6	Bs. 0,50	100 MB	256 Kbps
Internet móvil día	24 Horas	Bs. 25	Bs. 0,50	100 MB	256 Kbps

**Fuente:** Internet en el móvil bolsas pre-pago (2012) [www.nuevatel.com](http://www.nuevatel.com)

**Cuadro Nro. 30: Bolsa volumen Pre-pago**

Nombre del Plan	Precio Bs	Precio por MB adicional	Límite capacidad	Velocidad hasta	Periodicidad
Datos Viva10	Bs. 10	Bs. 0,50	25 MB	256 Kbps	30 días
Datos Viva65	Bs. 20	Bs. 0,50	65 MB	256 Kbps	30 días
Datos Viva100	Bs. 30	Bs. 0,50	100 MB	256 Kbps	30 días
Datos Viva250	Bs.50	Bs. 0,50	250 MB	256 Kbps	30 días
Datos Viva450	Bs. 70	Bs. 0,50	450 MB	256 Kbps	30 días
Datos Viva1000	Bs. 110	Bs. 0,50	1000 MB	256 Kbps	30 días
Datos Viva1500	Bs. 140	Bs. 0,50	1500 MB	256 Kbps	30 días
Datos Viva2000	Bs. 170	Bs. 0,50	2000 MB	256 Kbps	30 días

**Fuente:** Internet en el móvil bolsas pre-pago (2012) [www.nuevatel.com](http://www.nuevatel.com)

**Cuadro Nro. 31: Bolsas diarias de navegación**

Bolsa Diaria	Costo (Bs)	MB disponibles	Duración	MB adicional	Velocidad hasta
MB 5	1 Bs.	5	Hasta las 23:59 del día de la compra	Bs. 0,50	256 Kbps
MB 15	2 Bs.	15	Hasta las 23:59 del día de la compra	Bs. 0,50	256 Kbps
MB 60	5 Bs.	60	Hasta las 23:59 del día de la compra	Bs. 0,50	256 Kbps
MB 170	8 Bs.	170	Hasta las 23:59 del día de la compra	Bs. 0,50	256 Kbps
MB 300	10 Bs.	300	Hasta las 23:59 del día de la compra	Bs. 0,50	256 Kbps

**Fuente:** Internet en el móvil bolsas pre-pago (2012) [www.nuevatel.com](http://www.nuevatel.com)

**Servicios móviles Viva:** Plan SMS ilimitado para que este servicio sea activado primero se debe recargar la línea telefónica con una tarjeta de Bs. 30 (4,39\$*us*), a este crédito se descuenta Bs 10(1,46\$*us*). Para los mensajes, segundo configurar llamando al \*132# seleccionar la opción 3 “PLAN SMS ILIMITADO”, cinco números a los que se enviaran los mensajes ilimitados durante 30 días calendario, la cantidad de números destino para mensajerar se aplica a lo siguiente.

**Cuadro Nro. 32: Tabla de antigüedad**

<b>0 a 4 meses</b>	<b>3 destinos</b>
<b>4 a 6 meses</b>	<b>4 destinos</b>
<b>Mayor 6 meses</b>	<b>5 destinos</b>

Fuente: Personal móvil plan SMS ilimitado (2012) [www.viva.com.bo](http://www.viva.com.bo)

**SMS Transfer:** Ofrece al cliente la posibilidad de comprar una cantidad determinada de mensajes de texto al 301 número del celular Bs # monto en SMS y transferirlos a otro usuario VIVA para que este haga uso de los mismos. Este servicio permite enviar y recibir mensajes Multimedia con imágenes, fotos, video y audio. El costo del servicio es de Bs 0.50 centavos (0,07\$us), por mensaje.

**Las bolsas Viva:** Consisten en beneficio y ahorro pensando en el cliente juvenil, para acceder a este servicio se debe llamar al número gratuito \*123# donde obtendrá la variedad de bolsas, que podrán ser compradas las veces que el cliente lo requiera en caso de las bolsas de mensajes solo podrán ser adquiridas 3 veces al día, el siguiente cuadro detallará las bolsas Viva.

**Cuadro Nro. 33: Bolsas**

<b>Bolsas</b>	<b>Bs</b>
4,5 minutos	Bs. 5
10,5 minutos	Bs. 10
18 minutos	Bs. 15
25 minutos	Bs. 20
<b>Bolsas</b>	<b>Bs</b>
Mixta (8 minutos + 20 SMS)	Bs. 9
<b>Bolsas</b>	<b>Bs</b>
6 SMS	Bs. 0,5
15 SMS	Bs. 1

Fuente: Personal móvil bolsas Viva (2012) [www.viva.com.bo](http://www.viva.com.bo)

**Los SMS con respuesta:** Admite al cliente enviar mensajes de texto con la respuesta incluida sin costo alguno, ya que el costo de la respuesta es pagado por el abonado que envía el mensaje, para este servicio de respuesta incluida se deberá enviar un mensaje de la siguiente forma 402+7numero.La respuesta tiene validez de 10 minutos desde el

momento que es enviado. El costo del SMS es de Bs 0,30 cents (0,04\$us), Bs 0,20 cents (0,03\$us), por el mensaje y Bs 0,10 cents (0,01\$us) por la respuesta este servicio es solo para clientes Viva.

**SMS por cobrar:** Con esta asistencia el abonado podrá enviar mensajes de texto sin tener crédito al 408+ número el usuario al que se le manda el mensaje será el que pague por el mensaje si lo acepta, el costo del SMS es de Bs 0.20 cents (0,03\$us) este servicio es solo para clientes Viva.

## Promociones de Viva

**Cuadro Nro. 34: Bolsas Pre-pago**

<b>BOLSAS POR VOLUMEN</b>	<b>PRECIO BS.</b>	<b>MEGABYTES (MB) ACTUALES</b>	<b>MEGABYTES (MB) REGALO</b>	<b>TOTAL MEGABYTES (MB)</b>
DATOS VIVA 25	10	25	50	75
DATOS VIVA 65	20	65	130	195
DATOS VIVA 100	30	100	200	300
DATOS VIVA 250	50	250	500	750
DATOS VIVA 450	70	450	900	1350
DATOS VIVA 1000	110	1000	2000	3000
DATOS VIVA 1500	140	1500	3000	4500
DATOS VIVA 2000	170	2000	4000	6000
<b>BOLSAS POR TIEMPO</b>	<b>PRECIO BS.</b>	<b>MEGABYTES (MB) ACTUALES</b>	<b>MEGABYTES (MB) REGALO</b>	<b>TOTAL MEGABYTES (MB)</b>
MÓVIL (HSPA +) Hora	6	100	200	300
MÓVIL (HSPA +) Día	25	1000	2000	3000
<b>BOLSAS POR TIEMPO</b>	<b>PRECIO BS.</b>	<b>MEGABYTES (MB) ACTUALES</b>	<b>MEGABYTES (MB) REGALO</b>	<b>TOTAL MEGABYTES (MB)</b>
BOLSA MB 5	1	5	10	15
BOLSA MB 15	2	15	30	45
BOLSA MB 60	5	60	120	180
BOLSA MB 170	8	170	340	510
BOLSA MB 300	10	300	600	900

Fuente: Bolsas Pre- pago (2012) [www.viva.com.bo](http://www.viva.com.bo)

Promoción válida a partir del 1º de noviembre al 31 de diciembre de 2012 para Bolsas Pre-pago del servicio Internet Móvil 4G (HSPA+) de Nuevatel para terminales móviles/*Smartphones*.<sup>35</sup> Para comprar una bolsa solo se debe marcar desde el celular \*511#

<sup>35</sup> Datos de archivo en <http://www.nuevatel.com/promociones/>

## CAPÍTULO V

### METODOLOGÍA

#### 5.1. Enfoque metodológico

Erick Torrico (2004:80) habla de la teoría como un “modo específico de ver la realidad”, estableciendo tres tipos de teorías considerables de rango medio que reciben también la denominación de enfoque teórico. Torrico, sobre la base del planteamiento de Robert Merton (1964), señala que los enfoques derivan de teorías particulares, los cuales mantienen relaciones de orden lógico y sustantivo con algunas teorías generales.

La presente investigación se orientó a la aplicación de los enfoques metodológicos cuantitativos y cualitativos con el correspondiente uso de herramientas metodológicas adecuados a esta perspectiva. El enfoque cuantitativo examina magnitudes, proporciones, es decir, cuantifica aspectos de la realidad y de sus relaciones de causalidad con el afán de hallar regularidades o leyes sociales. Usa la recolección de datos para probar hipótesis, con la base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías (Hernández, 1997:5). En contraste el enfoque cualitativo analiza la conducta humana desde el punto de vista del actor mediante la interpretación del lenguaje, experiencias, significados e interrelaciones sociales. Por ello, utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación (Hernández, 1997:8).

Ahora bien, entendiendo el enfoque como una manera específica de aproximación teórica y metodológica para el entendimiento del objeto de estudio, la presente investigación aborda la problemática de función, motivo y significado de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas desde el enfoque de investigación situado en los enfoques investigativos “*socio-tecnológicos*”, respecto de la incorporación de las Nuevas Tecnologías de la Información y de la comunicación en el medio

comunicacional. Es de tal manera que las Nuevas Tecnologías indujeron cambios que se dan en las sociedades y en el campo de las comunicaciones debido a la convergencia de tecnologías informáticas, los cuales han revolucionado las formas de producción, de difusión y de recepción de la información, alterando las relaciones de intercambios entre emisores y receptores y entre usuarios, hasta el punto de permitir otras modalidades de interrelación mediatizadas pero interactivas, dialógicas, en tiempos reales y personalizados.

## **5.2. Recursos metódico-técnicos de recolección y análisis**

### **5.2.1. Estrategia metodológica**

Siguiendo a Mario Tamayo y Tamayo (1995), señalamos que la estrategia metodológica implica establecer el tipo de estudio, determinar el universo y la muestra seleccionar los métodos, las técnicas y las fuentes de recolección de datos y determinar el plan de análisis. A continuación se dará detalles de la estrategia metodológica de la presente investigación.

### **5.2.2. Tipo de estudio**

El proceso investigativo corresponde a un tipo de estudio “descriptivo/explicativo”, cuantitativo/cualitativo. Es descriptivo en vista de que se intenta describir las características que asumen las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la telefonía móvil por jóvenes universitarios de la Carrera Ciencias de la Comunicación Social – UMSA, 2011. Pero más allá de esta descripción se intenta explicar qué tipo de función, motivo y significado cumplen las mismas, en tanto el estudio es cuantitativo porque pone mayor énfasis en la medición estadística de estudiantes que hacen uso de los SMS abreviados; es cualitativo porque interpreta y relaciona lo observado en las entrevistas realizadas a los informantes clave.

### **5.2.3. Definición de métodos, técnicas e instrumentos para la recolección de datos**

La investigación se realizó en tres etapas: la primera etapa implicó el desarrollo de un proceso de investigación documental que permitió sistematizar aspectos teóricos, conceptuales y metodológicos. La segunda etapa contempló el desarrollo de investigación empírica, el trabajo de campo a través de la aplicación de las técnicas de recolección de datos y, finalmente, la tercera etapa tiene un carácter descriptivo, explicativo y analítico que permitió interpretar los datos recolectados a través del análisis y la interpretación. El desarrollo de estas tres etapas implica la aplicación de determinados métodos, técnicas y la identificación de fuentes de información. En esta perspectiva, y entendiendo al método como procedimiento, se aplicó los siguientes métodos y técnicas:

### **5.2.4. Métodos**

#### **5.2.4.1. Analítico- Sintético**

Según Rodríguez et al (1984), los métodos de investigación teórica permiten revelar causas, estructuras y relaciones existentes entre hechos, procesos y fenómenos de la realidad que por lo general no se los pueden observar directa o sensorialmente.

El método analítico- sintético: se define generalmente como la acción material o mental de distinguir y descomponer las partes de una totalidad hasta llegar a discernir elementos, propiedades, características y relaciones específicas. La síntesis marca un camino contrario: el de articulación de esos mismos componentes una vez que éstos han sido observados, clasificados y explicados en torno a las cualidades del objeto estudiado y del que forman parte.

En la investigación, el método señalado anteriormente sirvió para armar las conclusiones como un todo resumido. Se logró retomar lo teórico, histórico, referencial,

el análisis de la entrevista dirigida / estructurada y la estadística. Las mismas se realizaron en la presente investigación, para dar respuesta a las indagaciones preliminares.

#### **5.2.4.2. Medición**

Los métodos de investigación empírica están dirigidos a discutir, describir y explicar las características observables de los hechos, fenómenos o procesos e implican determinadas operaciones prácticas. Considerando que los hechos sociales son cuantificables, es decir, que adoptan valores numéricos, es posible a través de la medición obtener información numérica o estadística que permita compararlos, relacionarlos y representarlos cuantitativamente. En tal sentido, se define a la medición como “el proceso de obtención de información cuantificable con el afán de comparar las magnitudes medibles y conocidas, cumplir las operaciones lógicas y numéricas necesarias y representar la información en forma de números” (Rodríguez et al, 1984:45).

Para fines de este estudio, se ha adoptado el método de medición. En primera instancia se ubicó a la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social, a los estudiantes del 1ro al 5to año de la gestión 2011 de la Universidad Mayor de San Andrés; la muestra estadísticamente determinada fue de 150 universitarios. Con los resultados de la boleta de encuesta se realizó un análisis estadístico y se obtuvo una valiosa información.

#### **5.2.5. Técnicas cuantitativas y cualitativas**

##### **5.2.5.1. La encuesta**

La encuesta se trata de una consulta tipificada aplicada individualmente. Se aplicó una boleta de encuesta a una muestra representativa de 150 unidades de análisis con el

afán de obtener datos estadísticos sobre motivos, funciones y significados del uso de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la telefonía móvil por jóvenes universitarios de la Carrera Ciencias de la Comunicación Social – UMSA, 2011. La encuesta posee como facultad la recopilación de información de un determinado colectivo sin considerar necesaria la individualidad de los sujetos.

Las formas de estandarización de los miembros de las muestras son consideradas representativas de grupos con mayor cantidad de sujetos de investigación, en tanto la encuesta tiene gran capacidad para nivelar datos, lo que consiente su tratamiento informático y el análisis estadístico.

El instrumento de investigación que se utilizó fue un cuestionario con preguntas cerradas y abiertas. Tuvo la finalidad de conocer las tendencias sobre el número de jóvenes universitarios que usan las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la telefonía móvil, y que tipo de función, motivo y significado cumplen las mismas.

#### **5.2.5.1.1. Estructura de la encuesta**

Tiene una extensión de tres páginas tamaño carta, un tiempo promedio de aplicación de quince minutos, un total de veinticinco preguntas, entre cerradas y abiertas (ver Anexo 2).

- Características generales (cuatro preguntas). En este apartado se conoce los datos referenciales del entrevistado: género, edad, fecha, materia.
- Área de uso de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas (preguntas N° 3 a la N° 21).
- Área de motivos en el uso de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas (pregunta: 22).
- Área de funciones en el uso de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas (pregunta: 23).

- Área de significados en el uso de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas (pregunta: 24 - 25).

### 5.2.5.1.2. Determinación de la muestra

**Cuadro Nro. 35: Determinación de la muestra**

Universo	1.810
Unidad de observación	Estudiantes de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Mayor San Andrés
Unidad de análisis	150 jóvenes
Variables	Sexo, edad, área de estudio, uso de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la telefonía móvil

**Fuente:** Elaboración propia

### 5.2.5.1.3. Tipo de muestreo

Para esta investigación y la aplicación de la encuesta se realizó un muestreo aleatorio simple (estadístico- cuantitativo), en el que las unidades estuvieron conformadas por los jóvenes universitarios de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés.

### 5.2.5.1.4. Tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra, fue tomado en cuenta a un 95% de confiabilidad y un error permisible del 0,077%, se lo obtuvo a través de la siguiente expresión:

N= Tamaño de la población (total de estudiantes inscritos Carrera Ciencias de la Comunicación Social año 2011)

$n_o$ = Tamaño provisional de la muestra

n= Tamaño final de la muestra

p= Porcentaje provisional de la muestra

q= Complemento ( $q=1-p$ )

Z= Valor correspondiente a la distribución de Gauss (siendo  $\alpha$  el nivel desconfianza elegido).

e= Error

$$n = \frac{(z^2 p \cdot q N)}{(NE^2 + Z^2 PQ)}$$

Z=1,96 → Tabla de distribución normal Seguridad del 95%  
P=0,5

q=0,5

N=1810

E=0,077

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5 \cdot 1810}{1810 \cdot 0,77 + 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5} = 148,6$$

$$n = \frac{1738,324}{10,73 + 0,9604} = \frac{1738,324}{11,6904} = n = 150$$

De acuerdo a la expresión empleada, la muestra resultante para la aplicación de la encuesta en los jóvenes universitarios del 1<sup>ro</sup> al 5<sup>to</sup> año de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés es de N° 150.

#### 5.2.5.1.5. Trabajo de campo

#### 5.2.5.1.6. Levantamiento de información

Los días de levantamiento de la información se realizaron con previa autorización de los docentes de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social, de las siguientes materias:

- 1<sup>er</sup> Año, Lic. Esperanza Pinto, materia: *Teoría y Práctica de la Comunicación I* (miércoles, 24 de agosto de 2011).
- 2<sup>do</sup> Año, Lic. Bernardo Monasterios, materia: *Lenguaje de la Imagen*: (lunes, 29 de agosto de 2011).
- 3<sup>er</sup> Año, Lic. Ramiro Rolque, materia: *Métodos de Investigación* (viernes, 26 de agosto de 2011).

- 4<sup>to</sup> Año, Lic. Ana María Suaznábar, materia: *Teoría y Análisis de los Lenguajes*: (jueves, 25 de agosto de 2011).
- 5<sup>to</sup> Año, Lic. Karina Herrera, materia: *Tesis de Grado* (jueves, 1 de septiembre de 2011).

#### **5.2.5.1.7. Procesamiento de la información**

En esta etapa se aplicó un control de calidad, es decir, la verificación y consistencia de la información captada y procesada.

Para la crítica o depuración de la información que se realizó del 2 al 5 de septiembre de 2011, se señalaron los siguientes objetivos:

- verificar la anotación de las respuestas y
- eliminar toda información innecesaria.

Para la codificación de las preguntas 8-12-16-17-19-20-21, en fecha 9 al 10 de septiembre se fijaron los siguientes objetivos:

- Listar el código de la mención con que aparece cada respuesta a la misma pregunta en las 150 boletas de encuesta.
- Elegir las respuestas que se presentan con frecuencia
- Clasificar las respuestas elegidas, de acuerdo a patrones generales de respuesta

#### **5.2.5.2. La entrevista**

Entrevista dirigida a informante clave, implica entrevistar a dos o más personas al mismo tiempo que brindan información y punto de vista sobre un tema determinado. Se aplicó a personas que tienen homogeneidad en términos de conocimientos, antecedentes y experiencias respecto al tema abordado. Permite obtener información específica y

relevante para el estudio de investigación, de acuerdo a un grupo con características específicas.

A diferencia de la técnica de encuesta que se aplicó a determinado número de grupos de estudiantes universitarios, la entrevista dirigida/estructurada se empleó de manera individualizada y considerando el importante criterio vertido de cada uno de los entrevistados.

Como forma adecuada de aplicación de la entrevista, la misma fue empleada en un tiempo de diez minutos. Como forma óptima de uso de la técnica, fue ejercida por un entrevistador que logró los niveles de confianza con el entrevistado, consiguiendo rescatar la información requerida. La entrevista tuvo la finalidad de obtener información específica y relevante para el estudio de investigación, de acuerdo a un grupo con características específicas.

#### **5.2.5.2.1. Ámbito de la aplicación**

La entrevista se aplicó a Ana María Suaznábar de Paravicini, docente de *Teoría y Análisis de los Lenguajes* de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés; Hans van den Berg, lingüista de Holanda; Xavier Albó, lingüista de España; Rodolfo Cerrón, lingüista y presidente de la RAE en Perú; y José Eduardo Rojas, coordinador de la Fundación REDES para el Desarrollo Sostenible en Bolivia. El instrumento de investigación que se utilizó fue la recopilación de datos mediante una filmadora. Con la información obtenida de las entrevistas se pudo interpretar los resultados.

#### **5.2.5.2.2. Sistematización y análisis**

Se utilizó el análisis como método que permitió descubrir las relaciones de los elementos con el objetivo de proporcionar una respuesta sistemática al problema

investigado. Se recurrió también a un análisis de la entrevista dirigida/estructurada aplicada a los informantes clave y por último el análisis estadístico de los datos se llevó a cabo el 12 a 30 de septiembre de 2011 - se lo realizó en computadora con el paquete estadística Diane versión 2.

En primer lugar se diseñó la matriz, se diseñó el cuestionario definiendo cada variable y su descripción: posteriormente se realizó la entrada de datos uno por uno; luego se consumó la tabulación simple de frecuencias y se seleccionó todas las variables más gráficos, obteniendo el diseño y análisis de las encuestas.

### **5.3. Conceptos clave**

#### **5.3.1 Aglutinaciones y abreviación léxicas**

En la aglutinación los exponentes relacionales se representan fonológicamente difieren formalmente del significado conceptual en que están físicamente unidos a la raíz (afijos) formando una única palabra. “La aglutinación, sobre todo, no ofrece nada de voluntario, nada de activo; ya lo hemos dicho: es un simple proceso mecánico en el que el ensamblaje se hace completamente solo” (Saussure, 1916: 237).

Por otro lado la abreviación léxica se trata de un procedimiento de tipo ortográfico que supone la reducción de una palabra a través de la supresión de letras finales o centrales. En general, se suelen producir por apócope, aunque tampoco faltan casos por aféresis. Según Ramón Almela (1999: 202), “se suele distinguir dos tendencias en la creación de abreviaciones: la tradicional y la actual, en suma, la abreviación en general (que engloba tanto el acortamiento como la abreviatura, la siglación, la acronimia etc.) “Es un mecanismo que está favorecido por la tendencia a la economía en el uso del lenguaje”.

### **5.3.2. Motivos**

“Motivo o motivación se refiere a un estado interno que puede ser el resultado de una necesidad, y se le caracteriza como algo que activa o excita conducta que por lo común se dirige a la satisfacción del requerido instigador” ( Davidoff,1989:331). La motivación viene del sistema nervioso que sería es una conducta orientada a satisfacerla, proporciona energía al comportamiento y otro que lo dirige. Con la ayuda de reacciones motrices repetidas a menudo en forma intensiva, es decir que los estímulos externos desencadenan a cada instante reacciones de adaptación. La respuesta a una necesidad se vuelve automática, la persona busca paliar su necesidad mediante nuevos mecanismos. Pieron indica (1978) que compara este caso con “los fumadores que en este proceso se vuelven drogadictos. Un fenómeno parecido ocurre con la comunicación vía Internet. La comunicación verbal, el mecanismo más común de la comunicación humana, se vuelve un proceso repetitivo y las personas buscan otras formas de comunicación, como es la comunicación Mediada por Computadores” (Nesbet, 2007: 88).

Según lo descrito, la motivación es la causa del comportamiento que empuja, que incita a la acción, de este modo el usuario se ve motivado a comunicarse y a utilizar las aglutinaciones y abreviaciones léxicas mediante la estructuración de mensajes de texto por telefonía móvil porque son económicas y al mismo tiempo, satisfacen las necesidades que pudiera tener los universitarios.

### **5.3.3. Función**

Función tiene su origen en el término latino *functio*; la palabra puede ser utilizada en diversos ámbitos y con distintos significados. Merton (1964, cita en Álvarez, 1997: 4), señala que “entenderemos por función manifiesta las motivaciones conscientes para la conducta social y como función latente las consecuencias objetivas de dicha conducta

social. Luego función será en conjunto las motivaciones de las conductas sociales y sus consecuencias objetivas”.

#### **5.3.4. Significado**

El significado es el concepto que el significante provoca en el destinatario. Cuando escuchamos una palabra que conocemos, inmediatamente de manera mental nos representamos su respectivo significado. En esta perspectiva, el significado es de naturaleza abstracta por su carácter mental (de Saussure, 1916:92).

## 5.4. Operacionalización de concepto

Cuadro Nro. 36: Motivos, funciones y significados de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas

Concepto	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores
<b>Motivos</b>	<p>La palabra motivo etimológicamente proviene del latín “motivos” que significa provocar movimiento.</p> <p>En algunas oportunidades, los motivos llevan al individuo a abstenerse a obrar o a no hacerlo, explica el por qué se han producido las conductas o abstenciones y constituyen la intención del acto, el aspecto interno que se materializa en el obrar (o en el omitir en su caso).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Visualización</li> <li>-Conveniencia</li> <li>-Economía</li> <li>-Interactividad</li> <li>-Identidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Identificación visual</li> <li>-Nuevo sistema de comunicación.</li> <li>-Interactividad de los usuarios</li> <li>-Conveniencia de escritores y lectores</li> </ul>
<b>Funciones</b>	<p>La palabra función tiene su origen en el término latino <i>functio</i>. puede ser utilizada en diversos ámbitos y con distintos significados.</p> <p>(Jakobson, 1917) afirma que a cada elemento del proceso de comunicación le corresponde una determinada función del lenguaje. En cualquier acto comunicativo la función está presente de manera combinada con las otras, aunque puede establecer una hegemonía. Distingue seis funciones llamadas connotativa, emotiva, referencial, fática, poética y metalingüística.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Economía de caracteres y de crédito</li> <li>-Inmediatez de la información</li> <li>-Función emotiva</li> <li>-Función referencial</li> <li>-Función fática</li> <li>-Función conativa</li> <li>-Función metalingüística</li> <li>-Función poética o estética</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Economía de recursos tipográficos</li> <li>-Economizar dinero</li> <li>-Inmediatez en el traspaso de información</li> <li>-Expresividad anímica</li> <li>Trasmitir información objetiva</li> <li>-Contacto entre el emisor y receptor</li> <li>-Provocación de una respuesta del receptor</li> <li>-Relaciona el mensaje con el propio código</li> <li>-Estructuración del mensaje con un lenguaje estético</li> </ul>
<b>Significados</b>	<p>El significado es el contenido mental que le es dado a este signo lingüístico. Es decir, es el concepto o idea que se asocia al signo en todo tipo de comunicación, como es el contenido mental. Éste depende de cada persona, ya que cada una le asigna un valor mental al significado, pero por convención este significado debe ser igual para realizar una comunicación óptima (Saussure 1916).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Conocimiento</li> <li>-Significado</li> <li>-Especialización</li> <li>-Clasificación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Conocimiento y significado de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas</li> <li>-Especialización y clasificación de las aglutinaciones abreviaciones léxicas</li> </ul>
<b>Uso de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la telefonía móvil en jóvenes</b>	<p>La aglutinación es la síntesis de los elementos del sintagma en una unidad nueva (Saussure 1916:237).</p> <p>Por otro lado las abreviaciones corresponden a elementos léxicos que adolecen de vocales, generalmente, que sufre una palabra. “es un mecanismo que está favorecido por la tendencia a la economía en el uso del lenguaje” (Ramón 1999: 202).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Informativo</li> <li>-Ilustrativo</li> <li>-Interpretativo</li> <li>-Economía</li> <li>-Velocidad</li> <li>-Práctico</li> <li>-Interactivo</li> <li>-Exclusividad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Compresión</li> <li>-Interpretación</li> <li>-Estructura reconocible</li> <li>- Ahorrar dinero y crédito</li> <li>-Comunicación instantánea</li> <li>-Abreviación de palabras</li> <li>-Interactividad del emisor y receptor</li> <li>-Nueva forma de interacción juvenil</li> <li>-Lenguaje exclusivo</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

## 5.5. Cuadro metodológico

A continuación se gráfica la relación entre las técnicas utilizadas y su aplicación y función dentro de la investigación.

**Cuadro Nro. 37: Principales técnicas de investigación**

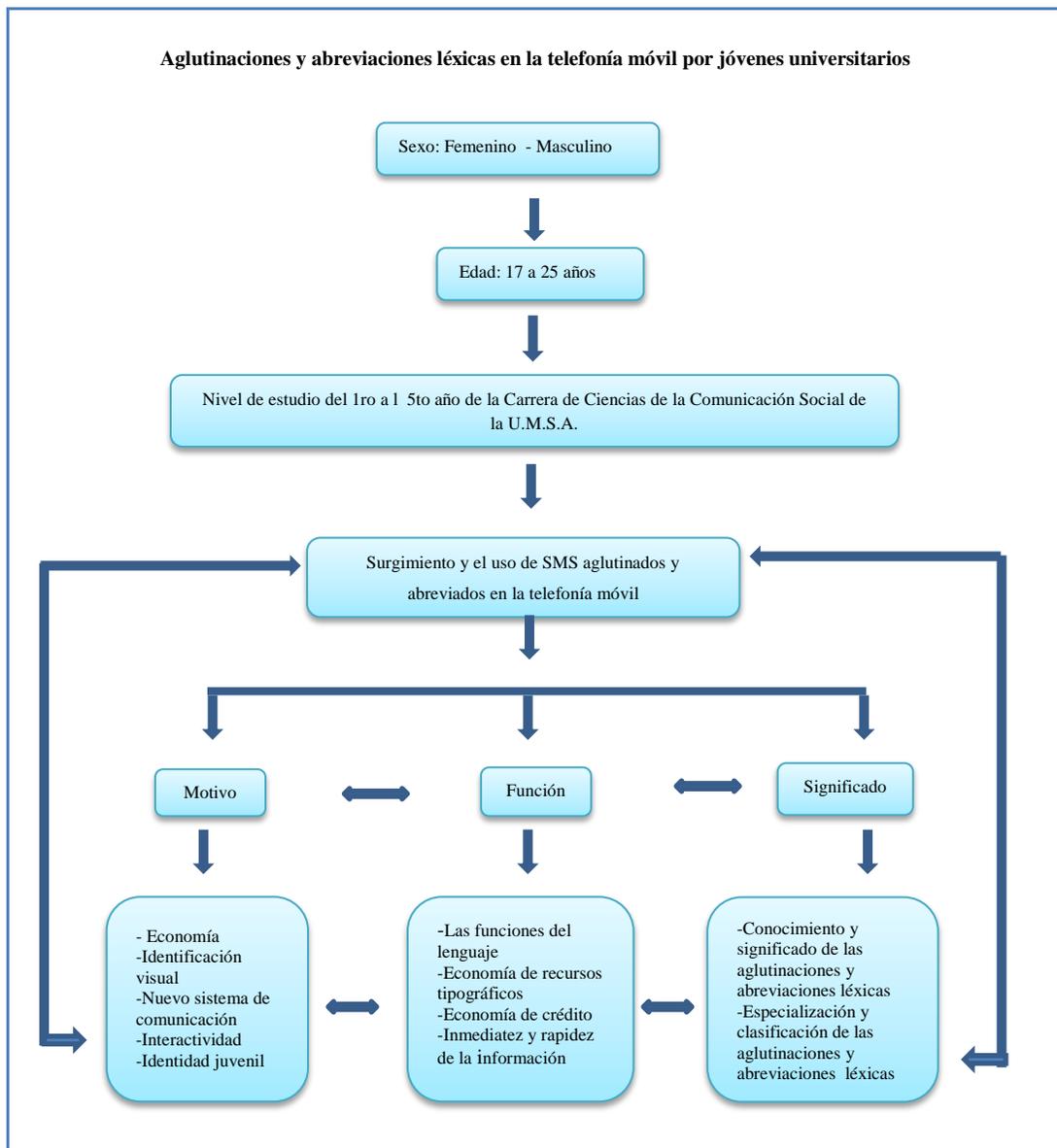
DENOMINACIÓN DE LA TÉCNICA	DEFINICIÓN	OBJETO DE APLICACIÓN	INSTRUMENTO	UTILIDAD
<b>Encuesta</b>	Estudia poblaciones (o universos) grandes o pequeños por medio de la selección de muestras. Técnica cuantitativa.	Jóvenes universitarios de la Carrera de Comunicación Social de la U.M.S.A. de la ciudad de La Paz.	Cuestionarios	Tendrá la finalidad de verificar el número de jóvenes universitarios que usan las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la telefonía móvil y qué tipo de función, motivo y significado cumplen las mismas.
<b>Entrevista a informantes clave</b>	Esta técnica implica entrevistar a dos o más personas al mismo tiempo que brindan información y punto de vista sobre un tema determinado. Técnica cualitativa.	Se aplicará a personas que tengan homogeneidad en términos de conocimientos, antecedentes y experiencias respecto al tema abordado.	Cámara digital	Información específica y relevante para el estudio de investigación, de acuerdo a un grupo con características específicas.

Fuente: Elaboración propia

## 5.6. Modelo de análisis

Finalmente se grafica también el esquema de análisis seguido en la investigación, estableciendo relaciones entre los conceptos principales, sus componentes e indicadores.

**Cuadro Nro. 38: Modelo de análisis**



Fuente: Elaboración propia

## **CAPÍTULO VI**

### **ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN “AGLUTINACIONES Y ABREVIACIONES LÉXICAS EN LA TELEFONÍA MÓVIL: MOTIVOS, FUNCIONES Y SIGNIFICADOS EN JÓVENES UNIVERSITARIOS DE LA CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD MAYOR SAN ANDRÉS”**

El análisis, en general, es el proceso de descomponer un objeto en sus elementos y determinar las conexiones entre éstos. El análisis real (descomposición de los elementos reales de un objeto real y el análisis lógico y descomposición de los elementos reflejados en el pensamiento) se relacionan de distintas maneras (Rodríguez y Rodríguez, 98: 1986). El análisis lógico, en sentido estricto, es el proceso que consiste en descomponer un objeto en sus elementos o propiedades, considerando los aspectos distintos del objeto y sus conexiones diversas con otros objetos; precisa las relaciones entre las propiedades, relaciones contradictorias que se dan en la unidad relativa del objeto; en determina los modos cómo unas propiedades, expresadas mediante conceptos y categorías, se subordinan a otras categorías de mayor profundidad y universalidad, considerando no sólo las contradicciones entre estas categorías, si no el proceso de entrecruzamiento e identificación de los contrarios. Por lo dicho, el análisis lógico trabaja con conceptos y categorías, por tanto, se funda centralmente, en la abstracción y en la generalización, además de otras operaciones complementarias (Ibídem).

A continuación se presentan los resultados del análisis de información a partir de los dos instrumentos metodológicos empleados. Encuestas y entrevistas semi-estructuradas:

La boleta de encuesta presentó veinticinco interrogantes, divididas en cinco áreas: I Datos referenciales, II Área de uso de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas, III Área de motivos en el uso de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas, IV Área de

funciones en el uso de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas; y V Área de significados en el uso de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas. Se planteó a 150 estudiantes universitarios de las asignaturas *Teoría y Práctica de la Comunicación I* (1er año), *Lenguaje de la Imagen* (2do año); *Métodos de Investigación* (3er año); *Teoría y Análisis de los Lenguajes* (4to año); y *Tesis de grado* (5to año); de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés.

### **6.1. Análisis de los resultados de la encuesta “Motivos, funciones y significados del uso de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la telefonía móvil por jóvenes universitarios de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social en La Paz y la entrevista dirigida/estructurada a informantes clave”.**

#### **6.2. Encuestados por género**

En la tabulación de las encuestas se evidenció que el género masculino es la minoría con el 40%; en cambio el género femenino se impone con el 60%.

#### **6.3. Encuestados por edad**

El 15,3% ciento de los encuestados tiene 17 a 19 años que pertenecen a la materia de *Teoría y Práctica de la Comunicación*, primer año, de la Carrera de Comunicación Social; el 40% tiene entre 23 a 25 años, universitarios que pertenecen a cuarto y quinto año de las materias de *Teoría y Análisis de los Lenguajes* y *Tesis de Grado*. El 44,7% tienen 20 a 22 años que pertenecen a segundo y tercer año, por tanto son estudiantes de las materias de *Lenguaje de la Imagen* y *Métodos de Investigación*.

#### **6.4. Accesibilidad del universitario a un celular propio**

El uso del teléfono móvil está asociado al del resto de las nuevas tecnologías que permiten entablar contactos habituales y estar informados al instante, son esta parte de la

ciudadanía quienes han incorporado más rápidamente las TIC, y especialmente los celulares móviles.

En tanto, lo relevante fue que sólo uno que hace el 2,7% de 150 encuestados no tiene celular, el mismo pertenece a (5to año) de la materia de *Tesis de Grado*, y manifiesta en la boleta “aún no poseo celular, para mucha gente el celular es como una droga, ya que parecen absortos en él y hasta lo utilizan cuando manejan y caminan por las calles”. Por otro lado el 97,3% de los estudiantes cuentan con un celular propio y manifiestan que es totalmente indispensable.

Motivo por el cual el teléfono celular es un medio de comunicación interpersonal de hacernos la vida mejor, pero también, si el usuario no sabe usar el teléfono móvil, puede ser complicado. De cualquier modo, los distintos servicios que ofrece la telefonía móvil representan su grado de funcionalidad e intrumentalidad en el día a día de los jóvenes, a la hora de comunicarse en cada instante, citarse, recordar tareas pendientes, mensajearse etc. Por otro lado, estaría el aspecto consumista, al tratarse de un objeto más de consumo aceptado de forma generalizada por la ciudadanía más joven, de fuera y dentro de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social ( y en general).

### **6.5. Uso de determinada empresa de telefonía móvil**

Las personas de todo el mundo necesitan de la disponibilidad de distintas vías de comunicación para llevar a cabo sus actividades cotidianas. La forma de dichas actividades depende de factores como tiempo, distancia, economía, funcionalidad, etc.

La primordial idea de la comunicación, como en cualquier proceso, es la eficiencia. De todas las forma de comunicación, la más utilizada es la telefonía, puestos que cumple con todos los factores mencionados. Actualmente, debido al ritmo de crecimiento económico de todas las ciudades, la telefonía celular se ha convertido en una necesidad básica para una producción competitiva.

En tanto, el vertiginoso avance de la tecnología impulsó el desarrollo de las telecomunicaciones a escala mundial y generó una expansión acelerada del mercado de la telefonía móvil en el país, que permitió que siete de cada diez bolivianos tengan celular<sup>36</sup>.

De modo que, una vez que el teléfono móvil se integra en la vida cotidiana de los usuarios, las funciones de coordinación e interacción toman un lugar preponderante. Sus rasgos distintivos de movilidad, conectividad, ubicuidad e inmediatez transforman esquemas tradicionales de accesibilidad, independencia, vigilancia y control tanto en el ámbito de pareja y familia como de redes sociales y laborales, y facilitan el surgimiento de novedosas formas de interacción en las que el aparato no sólo sustituye la comunicación cara a cara, sino que promueve un tipo de presencia continua en la que el intercambio de llamadas y mensajes se vuelve cada vez más frecuente y necesario, como una forma de construcción y validación de la identidad personal (Yarco,2012:3).

En este estudio investigativo se encuestó a universitarios de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés, entre 19 y 25 años, los mismos pertenecen a uno de los segmentos de mercado de telefonía celular e Internet de las empresas bolivianas Entel, Tigo y Viva. Es así que el 25,3% de los universitarios señalan que utilizan los servicios de Telecel S.A. (Tigo). Esta empresa ofrece las tarifas más altas del servicio. El costo es de 1.73 Bs (0,25\$us) por minuto en tanto, los jóvenes manifestaron que es la mejor en cuanto a la señal de comunicación se refiere. Por otro lado el 34% indicó que pertenecen a la empresa Entel, la Empresa Nacional de Telecomunicaciones de Bolivia que actualmente es la empresa líder y con la mayor cobertura en territorio nacional. Su tarifa es de 1.50 Bs (0,21\$us) por minuto y es la más económica a comparación de las otras dos compañías. Finalmente el 40,7% de los encuestados corresponden a la empresa de Nuevatel (Viva). Es la empresa más joven en

---

<sup>36</sup> PERIÓDICO CAMBIO, (2011) en <http://www.cambio.bo/noticia.php?fecha=2011-05-09&idn=44764>

el sector de telecomunicaciones de telefonía móvil. Su año de ingreso fue 1999; la tarifa que brinda al usuario por minuto es de 1.55 Bs (0,22 \$us).

A este respecto, los datos de la ATT revelan que la empresa nacionalizada de telecomunicaciones Entel controla el 43,1% del mercado de telefonía celular con 3,87 millones de usuarios; Telecel se encuentra en el segundo lugar con 31,3% del mercado y con 2,86 millones de usuarios y en tercer lugar se ubica Nuevatel con el 25% y 2,24 millones de usuarios<sup>37</sup>.

Sin duda, las principales empresas de telefonía móvil e internet Entel, Tigo y Viva, realizan intensas campañas en las universidades para captar nuevos clientes, puesto que demográficamente Bolivia es un país con una población en su mayoría joven, lo cual convierte a los mismos en un grupo de vital importancia para cualquier empresa de productos y servicios.

## **6.6. Promociones de SMS de las compañías telefónicas**

En el proceso investigación se pudo evidenciar que Tigo y Viva son las empresas de telefonía móvil de mayor promoción de SMS. En tanto, el tipo de promoción más repetitivo que ofrece Entel son las dobles recargas con una sola remuneración.

El 42,7% indica que no aprovecha las promociones de SMS de su compañía telefónica. Se entiende que este porcentaje significativo no toma mucho interés al envío de SMS, los motivos que indicaron es la anuencia de receptores de interés para el usuario, la falta de crédito en el celular, el cansancio del abonado por la excesiva manipulación de los teclados del celular por lo que deja los SMS restantes, los mismos tienen un límite corto de uso, y si no se utiliza el servicio solicitado es revertido sin la

---

<sup>37</sup> PÁGINA SIETE,(2012).*Usuarios de la telefonía móvil crecen en 7,4%* en <http://www.paginasiete.bo/2012-09-03/Nacional/Destacados/270000030301.aspx>

devolución del costo, con esa experiencia no desean consumir algo que no les beneficiará.

En tanto, la mayoría de los jóvenes son muy sensibles a las promociones y también a todos los cambios tecnológicos; están al tanto de todos los cambios y avances en este ámbito. El 57,3% de los encuestados manifestaron una visión positiva sobre el aprovechamiento de las promociones de SMS de las compañías telefónicas. El teléfono móvil además de ser un signo de identidad del joven actual, es sin duda, un instrumento al servicio de la interacción social de los universitarios, a través de mensajes de texto (SMS) ya que el resto de los servicios no son todavía muy utilizados fundamentalmente debido a su costo.

#### **6.7. Conocimiento de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la telefonía móvil**

Las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la telefonía móvil tratan de acortar o reducir a menos tiempo o espacio los SMS (*Short Message Service*) en el acrónimo inglés, o “servicio de mensaje corto”<sup>38</sup> en castellano. El 32,7% tiene una perspectiva negativa afirmando no conocer las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en los teléfonos móviles; el desconocimiento obedece a un buen manejo de la gramática, o al desinterés de conocer los particulares códigos que se manejan en un celular.

En el caso de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la telefonía móvil, se crea una escritura informal. Al respecto Albo (2011), indica, que “la sociología de la comunicación cambia notablemente, la modificación en la escritura mediante SMS irá pasando y evolucionando constantemente”, “es algo como un efecto lateral de una nueva

---

<sup>38</sup> DICCIONARIO DE LA REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. (2009). *Diccionario Panhispánico de dudas Primera Edición*. [en línea] [Consulta: 5 de julio, 2013] <<http://www.rae.es/rae.html>>

impostura que se ha ido tomando con respecto al idioma una cierta indiferencia, para conocer bien el idioma y su escritura” (Van den Berg, 2011).

En tanto, el 67,3% de los encuestados manifestó tener conocimiento de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la telefonía móvil. Al respecto, la profesora española Carmen Galán (2008) señala que “la creación de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas se remontan al origen de los fenicios los cuales fueron inventores del alfabeto que sólo tenían tres vocales”. No tenían signo para esas vocales porque se recuperaban con el sonido de la consonante. Cuando se dice que es un lenguaje nuevo, puede serlo, pero los procedimientos tienen 3.000 años de antigüedad.

Por último, el uso de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas es exclusivo y propio de la juventud a escala mundial de acuerdo al respectivo idioma con su conjunto de reglas en función de las posibles y de la fonética propia de cada lengua, la misma es un beneficio para los universitarios de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social cuando se trata de la economía de crédito y ahorro de caracteres al momento de una comunicación mediada por mensajes de texto.

### **6.8. Uso de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la estructuración de SMS en la telefonía móvil**

El 24,7% indicó “no utilizar las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la estructuración de SMS en la telefonía móvil, los universitarios señalaron que tienen una buena escritura y que hacen uso de una gramática apropiada los motivos pueden ser a una adecuada enseñanza y aprendizaje en la escuela primaria, sin la necesidad de recurrir a nuevos códigos mediado por las tecnologías.

En esta perspectiva se comprobó en el proceso investigativo que el 75,3% de los jóvenes universitarios afirmaron el uso de SMS aglutinados, el usuario opta por este servicio, porque es más beneficioso, en la telefonía móvil un mensaje tiene 160

caracteres, se tecldea o escribe sobre una carátula minúscula compuesta de doce teclas, sobre la que es dificultoso e incómodo, pero no imposible, encontrar todas las letras del español haciendo eficaz y comprensible el mensaje por ejemplo (+ tvo + tqm) “más te veo más te quiero”.

Las faltas de la ortografía acentuación y sintaxis muchas veces obedecen, básicamente, a “temas de espacio y de economía en el celular” como lo indicó Suaznábar, (2011).

En el mismo contexto, Rojas (2011) coincide con Zuaznábar (2011), indicando que el uso de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas responden a los costos de los mensajes. Argumenta también que son razones multidimensionales que influyen el uso; afinidad con lenguajes urbanos, proliferación de culturas urbanas y su mayor visualización en escenarios públicos, códigos interpersonales (relacionados a la complicidad, amistad y confianza); características de los teléfonos móviles, tipo de suscripción al servicio (pre-post pago), códigos de acuerdo a raza, género, etnia, nivel de instrucción, etc.

A esas características se añade la rapidez de la información, interacción, escritura de moda, economía de recursos tipográficos, identidad juvenil, incomodidad del teclado del celular y la identificación visual de forma veloz del SMS. Para Manuel Castells “el surgimiento de un nuevo sistema de comunicación electrónico, con un alcance global, que integra todos los medios de comunicación y su interactividad potencial, está cambiando nuestra cultura, y lo hará para siempre” (Castells, 1999: 61).

En cuanto a la entrevista que se realizó a Rodolfo Cerrón, éste consideró que las aglutinaciones y abreviaciones léxicas son uso nuevo por generaciones nuevas a través del medio electrónico que constituye una revolución en nuestro medio. “Puedo afirmar que no es una alarma, eso subsiste en el sistema parasitario que tiene su contexto de uso entre la juventud” (Cerrón, 2011). En tanto, el uso de los SMS aglutinaciones y abreviaciones léxicas se caracterizan por incluir la mayor cantidad de información en el

menor tiempo posible. Más allá del concepto lingüístico, los medios de comunicación, sean cuales fueren, siempre propician la transmisión de información y esto es algo positivo.

### **6.9. Aglutinaciones y abreviaciones léxicas reconocibles para leerlas y comprenderlas**

El escritor, ya sea emisor o receptor, tiene que buscar en su “almacén léxico” las palabras que mejor encajan en la estructura ya construida para expresar el mensaje ya planificado. En función del tipo de escritura que se vaya a realizar y del tipo de letra se activan los programas motores que se encargarán de producir los correspondientes signos gráficos. El 12,7% de los universitarios dice que no logran reconocer y comprender los SMS aglutinados que les llega a su celular.

No cabe duda que el teléfono móvil se incorpora perfectamente al día a día de los jóvenes de hoy como herramienta comunicacional con su red de amigos y amigas, ajenos al control paterno/materno. Así se crea un espacio de comunicación interpersonal que regula los propios jóvenes con sus códigos de lenguaje exclusivos los mismos logran ser reconocibles y entendibles por el emisor y receptor, de otro modo existiría un ruido en la comunicación perjudicando la información que se quiere hacer conocer. Es de este modo que el 87,3% de los jóvenes universitarios, expresaron un punto de vista positivo considerando que las aglutinaciones y abreviaciones léxicas deben ser reconocibles para leerlas y comprenderlas. Finalmente, Castro (2012) señala que existen argumentos que los “SMS y chat, estropean el idioma lo que afecta especialmente a los jóvenes, que escriben peor desde que existen las (TIC), nos parece un argumento repetitivo y desacertado, ya que no es el medio el que empeora el lenguaje sino el hablante que no es capaz de cambiar de registro”<sup>39</sup>.

---

<sup>39</sup> CASTRO, XOSE. (2012). *El lenguaje de la mensajería instantánea* [en línea] [Consultada: 27 de junio de, 2012] <<http://www.manualdeestilo.com/escribir/el-lenguaje-de-la-mensajeria-instantanea-1/>>.

## **6.10. Modificación de la escritura por el uso de SMS en la telefonía móvil**

### **6.11. ¿El de por qué?**

El 16% de los encuestados considera que “la escritura no se modifica”. A este respecto, Cerrón (2011) indicó que conoce el tema por algunas escrituras de periódico y las quejas de algunos colegas de cómo el lenguaje se estropea a través de este medio de comunicación. La juventud escribe tratando de ahorrar al máximo la escritura y al margen de las normas ortográficas del castellano estándar, entonces en ese sentido “muchacha gente ha dado un grito de alarma, ha dicho que esto es una desgracia, la corrupción de la lengua, y eso no es así porque una cosa es el sistema escrito por las nuevas tecnologías y otro por el sistema de la prensa, y más aún en el español formal eso no va sufrir ningún cambio sigue su curso sigue usándose”.

Por tanto, las aglutinaciones y abreviaciones léxicas surgen en la telefonía móvil para brindar primordialmente economía de crédito al usuario y demás beneficios que se desarrollarán más adelante. El uso de estos nuevos códigos tiene curso en las redes sociales y nada tiene que ver con la escritura formal.

Ante estos hechos, los resultados de las encuestas demostraron una frecuencia muy elevada. El 84,0% de los universitarios creen que “la escritura de los jóvenes está siendo modificada por el uso de SMS de la telefonía móvil”. Está claro que puede ocasionar consecuencias negativas si la redacción con faltas ortográficas se convierte en un uso de escritura formal. A este respecto, Suaznábar (2011) indica que la “escritura no está cambiando, por dos razones: 1) hay que ver los géneros discursivos va a haber una estructura académica que no considera estas aglutinaciones y abreviaciones léxicas, 2) estas escrituras se manifiestan, pero son válidas para los medios de comunicación, mediados por las nuevas tecnologías”.

Ahora bien, los universitarios encuestados consideran que la escritura está siendo modificada por el uso de SMS en la telefonía móvil, el 3,3% considera que la escritura

se modifica porque “no se respeta la ortografía y la sintaxis”, la mayoría de los jóvenes eliminan acentos, comas, puntos y todo lo referente a la gramática. El 4,7% piensan que “los SMS deforman la escritura castellana”, cabe indicar, que las aglutinaciones y abreviaciones léxicas solo se modifican en las redes sociales.

Por otro lado, el 4,7% indicó que “las aglutinaciones y abreviaciones léxicas son parte de todos los días”, los mensajes de texto en la telefonía móvil y chat evidentemente son parte de cada minuto del día a día, ya que son bastante económicas y eficientes en la comunicación. El 4,7% cree que “la costumbre se impone en la escritura formal”, el constante uso de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas provocan la equivocación al momento de redactar con formalidad.

Sin embargo, el 5,3% cree que la escritura se modifica porque se realiza una “redacción indebidamente en informes serios”. Al respecto, en la entrevista realizada a Hans Van den Berg, éste señaló, que le causa una tremenda preocupación que la escritura formal esté siendo modificada por aglutinaciones y abreviaciones léxicas, en esta situación, percibe estas aglutinaciones y abreviaciones léxicas en tesis las mismas carecen de una buena redacción “la redacción no tiene ni pies ni cabeza, problemas de ortografía, sintaxis, veo que hay una pérdida de toma de conciencia acerca de la lengua que se habla y se escribe” (Van den Berg, 2011).

Ante estos hechos Van den Berg tiene una posición apocalíptica respecto a las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en tanto hace alusión a palabras mayores, al referirse al uso de aglutinaciones y abreviaciones léxicas en trabajos formales en este caso académico, el empleo de una gramática incorrecta en una tesis, causa preocupación, ya que el uso y abuso excesivo de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas se convierten en costumbre para el usuario provocando errores en trabajos serios.

El 5,3% de los universitarios consideraron que “todo cambio en las tecnologías debe ser aprendido”, siempre y cuando en este caso las aglutinaciones y abreviaciones léxicas

en los SMS sean comprendidas y sirvan a emisor y receptor para una comunicación e información eficiente.

Conforme a lo expuesto anteriormente Martín Barbero tiene un enfoque funcional respecto a la modificación de la escritura indicando que “la revolución tecnológica no afecta sólo por separado a cada uno de los medios sino que está produciendo transformaciones transversales que se evidencian en la emergencia de un ecosistema comunicativo conformado no sólo por nuevas máquinas o medios, sino por nuevos lenguajes, escrituras, saberes, por la hegemonía de la experiencia audiovisual sobre la tipográfica, y la reintegración de la imagen al campo de la producción de conocimiento.” (Martín Barbero, 2002: 68).

La escritura está siendo transformada por la tecnología como lo indica anteriormente Martín Barbero en su cita, es así que el 5,3% de los universitarios considera que “la tecnología moderniza a los jóvenes y forman nuevos códigos”, pero el 5,3% señaló, que “la escritura solo se modifica en la comunicación mediada por las nuevas tecnologías (NTIC)” de modo que los lenguajes sólo pueden ser descifrados por aquellos que forman parte del entorno y que están alejados de la escritura convencional, de manera que la ingeniosidad y la astucia se desarrolla a la hora de querer exteriorizar impulsivamente cualquier sentimiento, pensamiento, emoción, etc., entre los seres queridos, en apenas 160 caracteres; de modo es por tal motivo que el 5,3% considera que “los emoticones y símbolos expresan lo que se quiere decir”.

Por otro lado, para Albó (2011) la modificación de la escritura es una “especie de Metalenguaje que le importa muy poco que se cumplan las normas ortográficas que ponen las academias, a esta modificación le interesa muchísimo más la comunicación con identidad que inventan signos. Es una cosa desde mi punto de vista tanto comunicativo y de lingüística que es muy interesante, en la escuela o colegio te enseñan a escribir correctamente, son normas que llaman a estandarizar los medios de

comunicación orales lo han cambiado todo, y el internet por una parte modifica constantemente la escritura”.

En ese marco, el 6% de los estudiantes consideró que “la escritura se modifica porque es sencillo, practico, cómodo y corto”. La incomodidad del teclado del celular en el caso de los SMS por telefonía móvil, se escribe con apuro, porque es un medio de comunicación instantáneo, en el que se da por hecho que la persona responderá casi de inmediato. Castro (2012) señala que los teléfonos incorporan un teclado en el que no suele ser cómodo escribir. Así, ciertos signos de puntuación habituales (coma, punto y coma) no están directamente accesibles, igual que los signos de admiración e interrogación de apertura, que suelen obtenerse mediante la combinación de dos teclas o más<sup>40</sup>.

El 6% indicó que es una “manera de decir mucho en poco”, como ya se mencionó anteriormente la estructuración del mensaje de texto en el celular solo permite 160 caracteres, aglutinando las palabras se puede enviar dos SMS por el precio de uno. Bajo esta perspectiva, en la entrevista Rojas (2011) señala que “la cultura digital se está reconfigurando con las tecnologías móviles. El lenguaje — como en toda época — también está siendo re-configurado; si bien es cierto que en América Latina el uso masivo del SMS (particularmente por su bajo costo) tiene una amplia aceptación, puesto en historia se debe entender las posibilidades de re-configuración del lenguaje multimedia, es decir no solamente las re-configuraciones del texto, sino del lenguaje digital. Bajo esta lógica, el lenguaje digital, asume la articulación o combinación de Texto, datos y audio/video, lo que es posible por el código digital.

Por otro lado, el 6,7% de los usuarios tiene conocimiento “que las empresas de telefonía móvil dan las pautas para abreviar las palabras”, el 14% recurre a la escritura abreviada por razones de “inmediatez de la información”; el 7,3% por que existe

---

<sup>40</sup> CASTRO, X. (2012). *El lenguaje de la mensajería instantánea 1*. [en línea] [Consultada: 27 de junio de, 2012]<<http://www.manualdeestilo.com/escribir/el-lenguaje-de-la-mensajeria-instantanea-1/>>.

“limitación de caracteres en el celular”, ya que 160 caracteres muchas veces no son suficientes para una idea o pensamiento; y por último el 16% de los jóvenes encuestados respondieron que la escritura se “modifica por economizar el crédito telefónico”.

Cabe recalcar que la escritura de los SMS tiene un uso específico en determinado contexto y determinado medio. El rango de la escritura no se modifica porque los géneros y las pertinencias discursivas no servirían de nada en un discurso académico informal como es la escritura abreviada, en tanto, como manifiesta Cerron, R. (2011), “siempre habrá gente que nunca sepa escribir correctamente ni manejar la ortografía como toda la vida ha sido”.

#### **6.12. Internet en el teléfono celular**

El servicio de Internet móvil está basado en la tecnología WAP (*Wireless Application Protocol*, es decir, Protocolo para Transmisión de Datos Inalámbricos Vía Celular) para acceder a la red desde un teléfono celular. Con respecto a la conexión de internet en el teléfono celular del universitario encuestado el 26% de los jóvenes sí cuenta con este servicio en su celular. Los motivos pueden ser la necesidad, dependencia, costumbre, moda, estatus, buena economía etc, permitiendo al usuario la comunicación interactiva y personalizada que da la posibilidad de mantener contacto permanente con la familia y los amigos. A través de este servicio se puede transmitir mensajes en pequeñas pantallas (como el visor del propio celular) y navegar por la red, los universitarios indicaron que acceden primordialmente a las redes sociales como *Facebook* y *Twitter* e interactuar en ellas, acceden también a importantes herramientas como *Google* en este caso para buscar su tarea o investigar.

Por otro lado, el 74%, una frecuencia elevada, señaló que no contaba con los servicios de Internet en su celular, los motivos pueden ser las características de los celulares, es decir, que no tengan la opción de Internet en el menú, falta de crédito, desinterés, desconocimiento, incomodidad o falta de activación al servicio pre-pago. Al

respecto Castells, en una entrevista realizada por Sergio Martín, periodista del programa radial *Europa Abierta* el 4 de enero de 2012 indicó que:

“Las personas que no acceden a Internet se limitan extraordinariamente las capacidades de relacionarse y de información, cuanto más estás en Internet, hay más capacidades de relación con las personas, actitud, implicación social, política e información cultural. Es así que prácticamente el planeta está conectado a la telefonía móvil, en base a esa plataforma es ahora el nuevo desarrollo de Internet, entonces si estamos o estamos en Internet deja de ser por que no vivimos en Internet pero vivimos con Internet, es una parte esencial es una cultura de la libertad y si hay gente que le molesta Internet tiene el perfecto derecho a hacerlo” (Castells, 2012).<sup>41</sup>.

Sin duda, la Galaxia Internet como Manuel Castells la denomina es esencial en cuanto a comunicación, información, educación, actividad social y demás para la sociedad actual, siendo el internet una plataforma que permite realizar muchas acciones, tener Internet en celular mantiene esa importancia, ya que permite estar conectado en todo momento.

Ahora bien, el Cuadro Nro.1 presenta los servicios más económicos y adecuados que ofrecen Entel, Tigo y Viva para las redes sociales y herramienta de búsqueda, mencionados anteriormente. Señalar que estos planes tienen una duración de 06:00 a 23:59.

---

<sup>41</sup> MARTÍN, S. (2012). *Todos los gobiernos odian Internet*. Europa abierta [en línea] [Consulta: 26 de septiembre 2012] <[www.rtve.es/alcarta/audios/programa/europa-abierta-manuel-castells/1286978/](http://www.rtve.es/alcarta/audios/programa/europa-abierta-manuel-castells/1286978/)>

**Cuadro Nro. 39: Tarifas de internet móvil de Entel, Tigo y Viva**

<b>Internet móvil 4g Pre Pago de Entel</b>					
<b>PLANES</b>	Tarifa por MB (Bs.)		DESCRIPCIÓN		
BAM BÁSICO PRE PAGO	0.90		Abonados Internet Móvil 4G pre pago.		
BAM DIRECTO POST	0.80		Abonados Internet Móvil 4G post pago que habiendo superado su consumo controlado pasan a modalidad prepago		
<b>Internet móvil de Tigo</b>					
<b>Máximo de Transferencia</b>		Precio de Suscripción en Bs. (IVA Incluido) Diario		Precio por MB Adicional en Bs. (IVA Incluido)	
300 MB diarios		3		4.00	
<b>Bolsas diarias de navegación de Viva</b>					
<b>Bolsa Diaria</b>	Costo (Bs)	MB disponibles	Duración	MB adicional	Velocidad hasta
<b>MB 5</b>	1 Bs.	5	Hasta las 23:59 del día de la compra	Bs. 0,50	256 Kbps
<b>MB 15</b>	2 Bs.	15	Hasta las 23:59 del día de la compra	Bs. 0,50	256 Kbps
<b>MB 60</b>	5 Bs.	60	Hasta las 23:59 del día de la compra	Bs. 0,50	256 Kbps
<b>MB 170</b>	8 Bs.	170	Hasta las 23:59 del día de la compra	Bs. 0,50	256 Kbps
<b>MB 300</b>	10 Bs.	300	Hasta las 23:59 del día de la compra	Bs. 0,50	256 Kbps

**Fuente:** Elaboración propia con base en las páginas web de [www.entel.bowwww.tigo.com.bowwww.nuevatel.com](http://www.entel.bowwww.tigo.com.bowwww.nuevatel.com)(2012)

### 6.13. Símbolo y emoticones en el celular

En un mundo de constante evolución tecnológica como en el que vivimos, la comunicación de hoy es más inmediata. En el caso que nos compete, el de la telefonía celular se nutre de nuevos signos, símbolos y emoticones que expresan el estado de ánimo del usuario. Los mismos son muy prácticos e interactivos al momento de enviar un mensaje de texto.

Al respecto, el 40,7% de los jóvenes universitarios indicó que sólo cuenta con símbolos para el envío de sus mensajes de texto por telefonía móvil. Se utiliza la palabra símbolo para designar el signo lingüístico, o más exactamente, significante. “El símbolo tiene por carácter no ser nunca completamente arbitrario; no está vacío: hay un rudimento de vínculo natural entre el significante y el significado. El significante, es de naturaleza auditiva, designa la parte material del signo. El significado es la parte mental del signo” (Saussure, 1916: 94-95).

Un signo no sólo informa de un significado, sino que además evoca valores y sentimientos, representando ideas abstractas de una manera metafórica o alegórica, se conoce como símbolo, sirve para representar, de alguna manera, una idea que puede percibirse a partir de los sentidos y que presenta rasgos vinculados a una convención aceptada a nivel social. Algunos símbolos ya vienen incorporados en la poción de mensaje en el celular. El usuario sólo debe seleccionar el símbolo de su preferencia para el envío de su SMS; otra opción es estructurar con los teclados del celular el símbolo de su preferencia e imaginación.

Por otro lado, los emoticonos se convirtieron en “representación de una expresión facial que se utiliza en mensajes electrónicos para aludir al estado de ánimo del remitente”<sup>42</sup>. El 59,3% señaló que para el envío de sus mensajes de texto cuenta con emoticones en su celular. El uso de los mismos muchas veces responde a la falta de espacio para redactar textos muy extensos y la necesidad de que el mensaje emitido viaje rápido hacia el receptor o destinatario. Los SMS desarrollaron sus propias expresiones cortas del lenguaje. Así surgieron los emoticonos, los cuales son, en realidad, una secuencia de códigos de caracteres que se utilizan en el alfabeto latino.

#### **6.14. El uso de símbolos y emoticones para expresar el estado de ánimo mediante la comunicación por SMS y *chat***

El uso de los símbolos y emoticones son muy comunes a la hora de enviar un SMS por telefonía móvil, cumplen la función de expresar el estado de ánimo, interactividad y ahorro de caracteres. El primer término, el 30% mencionó que “no realiza el uso de los símbolos y emoticones para comunicarse por SMS y *chat*”. El anterior porcentaje da

---

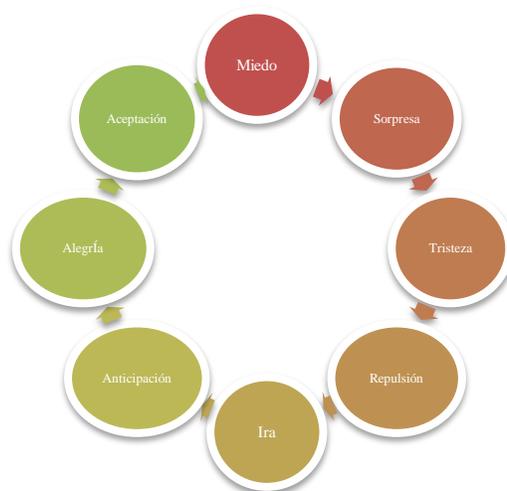
<sup>42</sup> DICCIONARIO DE LA REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. (2009). *Diccionario Panhispánico de dudas Primera Edición*. [en línea] [Consulta: 5 de julio, 2013] <<http://www.rae.es/rae.html>>

entender que no todos los jóvenes encuestados son emotivos al enviar mensajes de texto, o no saben estructurar los emoticones en este caso para los mensajes del *chat* se debe conocer las teclas adecuadas para formar un emoticón, en cambio los símbolos ya están incluidos en el celular o simplemente no les interesa hacer uso de estas opciones de interactividad. En segundo término, el 70% de los jóvenes universitarios “si usa los símbolos y emoticones para expresar el estado de ánimo al comunicarse mediante SMS y *chat*”, aparte de manifestar emotividad el rol de los símbolos y emoticones sintetizan los enunciados o textos conversacionales utilizados.

### 6.15. El uso de expresión facial (símbolos) para demostrar el estado de ánimo

Los 44 músculos que componen el rostro, según la retracción y contracción, originan en nuestra visión un glosario de palabras en silencio, expresando el estado de ánimo o la actitud. Las expresiones faciales proporcionan información precisa con respecto a las emociones (Davidoff, 1989:378). Robert Plutchik (1980) cita en Canelas (1999: 79) propone una valiosa clasificación de las emociones del ser humano, reconociendo ocho categorías básicas de emociones (Ver siguiente gráfico).

Cuadro Nro. 40: Categorías básicas de emociones



Fuente: elaboración propia

En el caso de la telefonía celular, existe una diversidad de símbolos que demuestran el estado de ánimo de las personas los mismos son elaborados por los propios usuarios, los más comunes son :) alegría, :( tristeza y dependiendo lo que se desea expresar a continuación presentamos algunos símbolos que los jóvenes usan.

En la elaboración de la encuesta se seleccionó los símbolos más reconocibles en la pregunta Nro.14, el 2% de los universitarios utiliza el símbolo de resfriado (:--)) en su SMS; este porcentaje es mínimo pero significativo ya que la ciudad de La Paz es de clima cambiante y corremos el riesgo de resfriarnos en cualquier momento. El 2,7% silencioso (:-X), significa no tiene deseos de hablar. El 2,7% señaló que tiene sueño, hambre o cansancio y lo exhibe con el símbolo de bostezo (:-O). Es claro que el bostezo, además de ser un mecanismo de alerta, o de comunicar que es tiempo de descanso, en algunos casos puede significar aburrimiento o descortesía.

Seguidamente el 4,7% de los universitarios elige el símbolo de sorprendido (:-o), puede ser que al momento de la comunicación emisor y receptor compartan una información que les provoque una sorpresa para uno de ellos. Posteriormente, el 4,7% representa con este símbolo (|-I) cuando quiere dormir, muchas veces las charlas que se tiene por el celular o chat suelen ser largas cuando las conversaciones son interesantes, dependiendo de la hora o simplemente un estado de ánimo el usuario manifiesta el cansancio en este caso con el sueño. El dormir no es actividad unitaria sino una secuencia de estados que se repiten; cada etapa se caracteriza por un tipo particular de actividades del cuerpo y del cerebro (Davidoff, 1989:194).

El 4,7% hace uso de otros símbolos. El 4% señala que usa el símbolo de la “carita llorando” (:’-( ), esta respuesta indica que el joven o señorita se encuentra en constante llanto, esta manifestación lleva al poco interés y poco placer en las actividades que antes se disfrutaba, sensación de fracaso y falta de confianza a causa por problemas que afectan a los y las universitarias.

Por el contrario, el 6,7% no utiliza ningún símbolo para demostrar su estado de ánimo, no todas las personas son expresivas, por tanto no necesitan hacer uso de símbolos para manifestar un estado de ánimo. El 25,3% de los universitarios expresa estar triste ( :( ) constantemente en sus SMS, la tristeza es un sentimiento displacentero motivado por alguna adversidad de la vida, la tristeza no cuenta ni con la simpatía ni con la preocupación de los demás y porque amigos pareja familiares etc, sino porque la persona que esta triste no logra entender ni recibir lo que los demás ofrecen. El 46,7% de los jóvenes universitarios de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social utilizan el símbolo de la “carita feliz” ( :) ) para expresar su estado de ánimo. “Se define la felicidad como una satisfacción general de la vida. Algunos llaman estados de ánimo a los sentimientos de mayor duración y menor intensidad. Como sea que se llamen los afectos estables y los fugases se relacionan mucho” (Davidoff, 1989:396).

Por último, la alegría es una emoción que se produce cuando ocurren acontecimientos positivos, logro de alguna meta propuesta o simplemente sensaciones placenteras que el universitario desea manifestar por SMS.

#### **6.16. El uso de expresión facial (emoticones) para demostrar el estado de ánimo**

Como lo dijimos anteriormente el rostro es el centro expresivo de la conducta emocional, sintetiza todos los acontecimientos psicossomáticos de una situación emotiva. La interacción humana con el entorno es básicamente emocional, las características distinguibles de la cognición humana respecto a otros seres vivientes parece siempre estar definida en el plano emocional, al grado tal que quienes han comprendido este hecho lo han aprovechado para vincular las emociones con objetos e identidades que normalmente no son objetos emocionales del ser humano en este caso el uso de los emoticones en la telefonía móvil y chat.

De modo que son tres los subsistemas fisiológicos que según Davidoff (1989:396) están relacionados con las emociones, el SNC, “Sistema Nervioso Central” y el “Sistema

Límbico y el Sistema Nervioso Autónomo”. Durante los procesos emocionales se consideran particularmente activos a los siguientes centros del SNC. La corteza cerebral forma parte del SNC, regula e integra las reacciones relacionadas con la emociones, a continuación se presenta los emoticones que usan los usuarios al momento de enviar su mensaje.

El 0,7% de los encuestados una frecuencia extremadamente baja indica que se comunica por SMS en la telefonía móvil y *chat*, manifestándose “sorprendido” 🤖 el 1,3% “dormido” 😴 el 2,7% “cansado” 😫. Según Canelas (1999:111) el sueño y el cansancio son sensaciones de fatiga que mueve al ser humano a descansar, se debe al consumo de energías en los músculos, que hace que aumente el ácido láctico (deshecho a eliminarse por el torrente circulatorio) y disminuya el oxígeno. La forma óptima para descansar es dormir. Sin embargo, hay sujetos que, debido a perturbaciones neuróticas, se sienten fatigados sin realizar actividades motrices.

Por otro lado, el 3,3% indicó que está “enojado” 😡, La manifestación de emociones negativas tiende a desarrollar el enojo y el antagonismo. En situaciones de dificultades sustanciales que persisten, es necesario discutir el problema de manera calmada y resolverlo. En el marco de una conversación es fácil ser sarcástico insultante, acusador y condenador (Davidoff, 1989:387).

El 5,3% expresa que está “enfermo” 🤒. En la enfermedad se observa diferentes manifestaciones de acuerdo con las circunstancias y las características de cada persona. Muchas veces las depresiones pueden causar enfermedades psíquicas hereditarias o adquiridas. El 5,3 % indica que a menudo usa este emoticono 🤔 cumple la función de hacer referencia a “preguntas” ya sea emisor o receptor. El 4% dice que no realiza ningún uso de los emoticones. Las causas pueden ser a que el teléfono celular no cuente con emoticones o al usuario no le interese enunciar su estado de ánimo con caritas expresivas.

En tanto, el 12% de universitarios indica que frecuentemente hace uso del emoticón “llorando” 😭. Este estado de ánimo deriva a casusas negativas, problemas en el estudio, familiares, amistades amorosas etc. Sin embargo, el 59,3% de los jóvenes universitarios encuestados indicaron que expresan su estado de ánimo con un emoticón “feliz” 😊. Por último, los resultados de las interrogantes 14 y 15 demuestran que los símbolos y emoticones más comunes para demostrar el estado de ánimo en la telefonía móvil y *chat* son los de la alegría y de la tristeza.

### **6.17. Frecuencia de uso de los SMS**

El uso de los SMS (*Short Message Service*) servicio de mensaje corto que se construyen en los teléfonos móviles, son muy comunes en la sociedad de forma específica en la juventud.

En premier término, el 2% de los encuestados se mensaja constantemente con personas con las que no mantiene “ninguna relación afectiva”. El 4% de los y las jóvenes mantiene comunicación por SMS con familiares el 46% de los encuestados aseguro mensajearse frecuentemente con su “pareja”, mediante los mensajes de texto la pareja de enamorados pueden permanecer muchas horas juntos sin que haya contacto físico. En segundo término, El 48% de los jóvenes señalaron que se mensajan continuamente con sus “amigos”, los motivos son numerosos, se puede realizar citas de paseo, tareas etc. Por ultimo en tercer término, los avances tecnológicos, específicamente los SMS, son parte constitutiva y constituyente de las prácticas cotidianas juveniles: de sus consumos, subjetividades, manifestaciones estéticas, maneras de identificarse y construirse a sí mismo y a los otros.

### **6.18. Cantidad de SMS abreviados enviados al día**

Los SMS están generando en los jóvenes de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social formas alternativas de relacionamiento, la popularización de varias maneras de construcción del lenguaje y consumos culturales que van más allá del sólo uso del artefacto. En este medio de comunicación se hace uso de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas por razones de interactividad, comodidad, economía de crédito y de caracteres. El costo del servicio es bastante económico: Bs. 0.20 ctvs. (0,03\$us). Es por tal motivo el uso de los mensajes de texto.

El 11,33% indicó que envía de 11 o más mensajes que son equivalentes a Bs. 2 con 20 ctvs. (\$us). El 16,3% señaló además que envía de 6 a 10 SMS equivalentes a Bs. 2. (\$us). Por último, el 72,7% envía 1 a 5 mensajes que equivalen a Bs. 1 (\$us) en ocasiones cuando no se cuenta con el suficiente crédito en el móvil es útil el SMS para comunicar mucho en un costo económico.

### **6.19. Cantidad de SMS abreviados recibidos al día**

La juventud se siente capaz de superar las barreras del espacio social y los límites del tiempo. El uso estratégico de la comunicación y sus medios más modernos como las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en teléfonos móviles. En tanto, el 10,7% recibe de 11 o más mensajes de texto por telefonía móvil al día el porcentaje es casi igual significa que emisor y receptor comparten un interés por la comunicación mediada por SMS. El 24% señaló que recibe de 6 a 10 SMS la frecuencia es relativamente elevada a comparación del mensaje enviado. El 65,3% recibe de 1 a 5 mensajes al día. En tanto, el usuario prefiere enviar de 1 a 5 SMS por día, y por consiguiente las respuestas a sus mensajes son los mismos. Los mensajes de texto ya sean abreviados o no siempre son deseados por emisor y receptor.

## **6.20. Significado de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas: “dnd” – “Gym” – “Cms” – “U”**

En la encuesta se pudo evidenciar que la juventud universitaria de la Carrera de Ciencias de Comunicación Social hace uso de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas. Las mismas fueron reconocidas, comprendidas, y se les dio su respectivo significado. Hay que señalar que “el significado es el concepto que el significante provoca en el destinatario. En esta perspectiva, el significado es de naturaleza abstracta por su carácter mental” (Saussure, 1916:92).

A este respecto, el 12% no sabe los significados de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas. Por otro lado, el 14,7% reconoce la aglutinación “gym” y le asigna el significado de “gimnasio”, esta aglutinación léxica se elimina la “i” se la reemplaza con la “y”, se descartan también las letras “n” – “a” – “s” – “o”. El 22% de los estudiantes comprende esta abreviación “cms?” y le asigna el significado de la interrogante ¿Cómo estás?, la misma consta de 11 caracteres contando con los signos de interrogación, con la aglutinación léxica se reduce a 4 grafías.

Las aglutinaciones y abreviaciones léxicas circulan por los teléfonos celulares el emisor y receptor entiende la estructuración de los SMS y le da un significado de manera que inmediatamente de manera mental se representa su respectivo significado porque es creada por los gestores que son los jóvenes dentro de los canales de conversación.

Para el 24 % de los jóvenes “U” significa Universidad. Esta aglutinación léxica es extremadamente reducida, la palabra esta conforman por once letras “u”– “n” – “i” – “v” – “e” – “r” – “s” – “i” – “d” – “a” – “d” en este caso se hace uso de la letra inicial para expresar el enunciado . El 27,3% indica que “dnd” significa “dónde”, la misma tiene cinco caracteres y con la aglutinación léxica se reduce a tres, excluyendo las letras “o” – “e”. Las anteriores abreviaturas son bastante populares y usadas por la mayoría de los usuarios en la telefonía móvil.

Para Saussure (1916: 237), el proceso aglutinativo se distingue en las tres siguientes frases:

- La combinación de varios términos en un sintagma, comparable a todos los demás.
- La aglutinación propiamente dicha, o sea, la síntesis de los elementos del sintagma en una unidad nueva.
- Todos los demás cambios susceptibles de asimilar cada vez más el antiguo grupo a una palabra simple: unificación del acento, cambios fonéticos especiales, etc.

Sin duda, las aglutinaciones y abreviaciones léxicas son un proceso de creación. El uso (y vigencia) de estos elementos se hace permanente o no, en tanto, los significados de los códigos en los celulares son muy importantes para la comunicación por SMS, de lo contrario, la información que se desea transmitir no tendría sentido.

#### **6.21. Uso de los modismos locales (paceños) en los SMS y *chat***

Según Xavier Albó, los modismos son usos particulares que hace una persona de un sistema de sonido creado por una comunidad lingüística particular para relacionarse entre sí y para intercambiar significados<sup>43</sup>. Los jóvenes utilizan varios modismos. Las razones pueden ser que hayan crecido escuchando modismos paceños en su hogar, de modo que se volvieron una costumbre. En esta investigación se menciona algunos de los modismos más utilizados en la ciudad de La Paz.

El, el 0,7% usa el modismo “cascar” que tiene distintos significados, por ejemplo, comer, golpear, sin embargo, la encuesta indica que este modismo no es muy usado por

---

<sup>43</sup> LOS TIEMPOS. (2010). *Bicentenario El habla del cochabambino* [en línea] [Consulta: 27 de marzo 2012] <[http://www.lostiempos.com/diario/actualidad/local/20100908/bicentenario-asi-hablan-los-cochabambinos\\_88740\\_170163.html](http://www.lostiempos.com/diario/actualidad/local/20100908/bicentenario-asi-hablan-los-cochabambinos_88740_170163.html)>

los estudiantes universitarios. El 2% hace uso de la palabra “aysitos” que significa “ahí”, “allá” o “cerca”. 2,7% usa el “ucha” como expresión de algo sorpresivo.

El joven paceño tiende a ser mucho más introvertido que extrovertido. Aquí influye el aspecto cultural y social en el sentido de la moda y el clima, de modo que los modismos tienen que ver con la experiencia y la estructura del lenguaje aymara que se ha traducido al castellano, porque así se encuentra el sentido a ciertos verbos y conjugaciones que utilizamos. En tanto, el 3,3% de los estudiantes usa todos los modismos mencionados. El 3,3% utiliza “ay, ché”, que expresa algo positivo o negativo. El 5,3% indicó que utiliza el “pucha ché” para una acción negativa. El 15,3% recurre al uso de “Uuu!!”, expresión que es muy usada por universitarios de sexo masculino.

Por último, el 16% hace uso de “no ve”, para afirmar una idea o acción ya pasada. El 19,3% señala que no usa ningún modismo local paceño. Los motivos pueden ser que el estudiante encuestado no tiene la costumbre de hablar con modismos. El 32 % manifiesta que usa en sus SMS por telefonía móvil y *chat* la expresión “Yaaa” que significa burla o admiración por algo o por alguien. Este modismo se ha convertido en una característica especial de la juventud paceña.

## **6.22. SMS a través de telefonía móvil y *chat***

El envío de los SMS (*Short Message Service*) o Servicio de Mensajes Cortos mediante la telefonía móvil es muy sencillo a continuación se detalla un listado especificando los pasos que se debe seguir para el envío de un mensaje de texto por telefonía móvil.

1. Ingreso a Menú Principal
2. Mensajería - Seleccionar
3. Escribir nuevo

4. Escribir texto
5. Seleccionar opciones si se desea agregar símbolos, íconos, emoticones
6. Presionar enviar mensaje al número seleccionado
7. Presionar aceptar y enviar el SMS

Por otro lado, *chat* (charla), que significa “conversación entre personas conectadas a Internet, mediante el intercambio de mensajes electrónicos” y, más frecuentemente, “servicio que permite mantener este tipo de conversación”, es un anglicismo asentado y admisible, aunque se han propuesto sustitutos como *cibercharla* o *ciberplática* (→ ciber)<sup>44</sup>.

Para acceder al chat se necesita la conexión de internet en el celular, una vez que el usuario accede a su cuenta ya sea de *Facebook*, *Hotmail*, *Gmail*, etc. Puede enviar mensajes de texto por la red. Al respecto, el 6,67% envía mensajes de texto por medio del chat, significa que el usuario está en constante conexión a internet móvil.

El 46% de los encuestados envía mensajes de texto a través de la telefonía móvil, la preferencia es primordialmente la economía de crédito Bs. 0,20 centavos (0,03\$*us*) por cada mensaje. El 47,33% envía SMS por ambos medios de comunicación, el usuario hace uso de los mensajes mediante chat con todos los conectados en la red, y envía los SMS por telefonía móvil a personas que no se encuentran conectados en la red.

### **6.23. Motivos que inducen a los jóvenes universitarios al uso de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la telefonía móvil: economía de crédito telefónico, identificación visual, nueva escritura de moda, interactividad e identidad juvenil**

“Motivo o motivación se refiere a un estado interno que puede ser el resultado de una necesidad, y se le caracteriza como algo que activa o excita una conducta que por lo

---

<sup>44</sup> DICCIONARIO DE LA REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. (2009). *Diccionario Panhispánico de dudas Primera Edición*. [en línea] [Consulta: 5 de julio, 2013] <<http://www.rae.es/rae.html>>

común se dirige a la satisfacción del requerido instigador” (Davidoff,1989:331). La motivación, es la causa del comportamiento que empuja, que incita a la acción, de este modo el usuario se ve motivado a comunicarse y a utilizar las aglutinaciones y abreviaciones léxicas mediante la estructuración de mensajes de texto por telefonía móvil.

En este estudio investigativo, se identificó que las tecnologías y su interactividad potencial cambian la escritura de la juventud en las redes sociales de un modo informal. En tanto, que la interrelación entre mercado de la telefonía móvil y la cultura digital, están cambiando, influyen, reconfiguran y crecen juntos. Al respecto, el 2,7% de los universitarios encuestados indicó que el motivo que le induce al uso de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas es la “interactividad” Yarco (2012: 3) señala, que “entre los usuarios, el celular aparece ligado a tres aspectos básicos de la vida cotidiana: seguridad, coordinación e interacción social”. En la telefonía móvil, chat y redes sociales tienen un objetivo primordial lúdico y la comunicación tiene tintes muy personales al ser los usuarios amigos, de ahí se aprecian dos rasgos cruciales muy marcados en esta forma de comunicación, el humor y la identidad personal crean nuevas reglas sociales de interacción expresadas por su participación y uso de los recursos que disponga y/o que ofrezca la red.

En el mismo contexto, Rojas señala que la “cultura digital está cambiando, hasta hoy es ubicua (capacidad de encontrarse en cualquier lado), interactiva y multimedia. Con la afinidad de las nuevas generaciones con la tecnología, existen más posibilidades para la apropiación social, lo que a su vez elimina el miedo “tradicional” a la tecnología, y permite que se produzcan nuevas modalidades de apropiación de la tecnología e innovación en sus usos sociales (como la telepresencia “estar presente en un espacio a distancia”, teletrabajo “trabajo a distancia”, *e-learning* “educación y capacitación a través de Internet” y *e-gobierno* móvil “gobierno electrónico”).

El 2,7% señaló que le impulsa al uso por motivo de “identificación visual”, la comunicación e identificación visual trata de conciliar progresivamente formas, colores, espacios o la inserción de palabras aglutinadas, símbolos y emoticones para que de esta manera emisor y receptor identifiquen rápidamente los SMS. Por otro lado, una minoría de 3,3% consideró que son “otros” los motivos que incitan al uso de aglutinaciones y abreviaciones léxicas. Siguiendo con los motivos que inducen a los universitarios al uso de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas el 10% señaló que es una “nueva escritura de moda”, señalar que las aglutinaciones y abreviaciones léxicas son universales, pero cada idioma cuenta con su conjunto de reglas en función de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas posibles y de la fonética propia de cada lengua.

El 10,7% de los encuestados consideró que es una “identidad juvenil” Goffman (1963; 73) señala, que “la identidad personal se relaciona, entonces, con el supuesto de que el individuo puede diferenciarse de todos los demás”, para la juventud ser diferente a los demás es muy importante, mediante la identidad se puede medir cuestionamientos, experimentación, decisión y compromiso.

Sin embargo, el 31,3% manifestó que los motivos por los cuales la juventud hace uso de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas son “todos los motivos expuestos anteriormente” y el siguiente. El 39,3% indicó que el uso de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas responde principalmente a la “economía de crédito telefónico” el usuario decide el consumo, gasto, ahorro y costo de su SMS. “Mandar mensajes sin faltas de ortografía, es decir, incluyendo las tildes o escribiendo las palabras completas, es más caro” (De Domini, 2008). El costo del mensaje de texto en la telefonía móvil es de Bs 0.20 ctvs. (0,03\$us). Este servicio es muy económico, pero el usuario se beneficia aún más resolviendo el límite de recursos tipográficos utilizando aglutinaciones y abreviaciones léxicas.

#### **6.24. Funciones que cumplen las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en el envío de SMS en la telefonía móvil: economía de recursos tipográficos, economía de crédito telefónico, inmediatez de la información**

Las funciones de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la telefonía móvil y canales de chat, es fundamentalmente sintetizar los enunciados o textos conversacionales utilizados todo esto con el afán de agilizar y economizar los mensajes. A este respecto, se identifica como funciones a las siguientes respuestas de los encuestados el 10% de los jóvenes indican que las aglutinaciones y abreviaciones léxicas tienen la función de “economizar los recursos tipográficos”. Figueira (2003:5) señala “El bienestar general en una sociedad pasa por entender cómo utilizar los recursos disponibles para el logro de *utilidad económica* en toda la cadena comunitaria desde la producción, pasando por la distribución, hasta el consumo”

El usuario acorta palabras sustituyendo alguna de ellas por simple simbología o evitar ciertas preposiciones y demás. La principal causa es que el SMS individual se limita a 160 caracteres, si se sobrepasa ese límite, los mensajes ya pasan a ser dobles, triples, etcétera, dependiendo del número de caracteres final, por esa razón se procura comprimir y economizar los recursos tipográficos, sin perder el entendimiento del mensaje pudiendo extenderlo bastante más por el mismo coste.

El 21,3% de los universitarios considera que una de las funciones de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas es la “economía de crédito telefónico”. Al respecto, las tarifas por minuto realizado en el servicio prepago de Entel, Tigo y Viva en el horario normal (07:00 am 20:59 pm) es la siguiente, Entel Bs. 1.50 (\$us 0,22 cent), Viva Bs. 1.55 (\$us 0,22 cent), Tigo Bs. 1.75 (\$us 0,25 cent), es por tal razón que la escritura aglutinada o abreviada es óptima al momento de construir un mensaje de texto por telefonía móvil, el usuario busca la manera de que el mismo sea económico; por Bs 20 centavos se puede enviar pensamientos, ideas aglutinadas sin hacer un doble gasto y así satisfacer sus necesidades, siempre y cuando el usuario cumpla con el carácter

informativo ilustrativo y comprensible del mensaje. Es así que algunas personas prefieren enviar mensajes de texto (SMS) en vez de hablar directamente por cuestiones de economía. De hecho, enviar un mensaje de texto cuesta menos que hablar directamente.

El 22,7% considera que la función que cumple la abreviación es la “inmediatez de información”. El uso de herramientas tecnológicas como los teléfonos móviles o las redes sociales han permitido acortar distancias, gracias a ellas se puede interactuar, intercambiar información de manera simultánea. Para muchos usuarios, la inmediatez se ha convertido en modernidad. Al respecto, Castro (2012) indica que los chats, y SMS se caracterizan por la inmediatez. Se trata de un código escrito que emula los modos, la brevedad y coloquialidad del lenguaje hablado. Se prima más que nunca la brevedad y por lo tanto, el contenido sobre el continente, el contexto sobre la puntuación y el mensaje sobre las formas<sup>45</sup>.

En el caso de los celulares, hay usuarios que no saben mecanografiar con rapidez o inmediatez les resulta muy laborioso mantener un ritmo de conversación fluido, por lo que suelen prescindir de una correcta sintaxis, aglutinado las palabras para estar en constante inmediatez.

Por último, el 46% de los universitarios encuestados dicen que las funciones que cumplen las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en el envío de SMS en la telefonía móvil son todos los puntos señalados anteriormente: economía de recursos tipográficos, economía de crédito telefónico e inmediatez de la información. En el siguiente cuadro se aplica las funciones del lenguaje planteadas por Jakobson (1975:353) emotiva, conativa, referencial, metalingüística, fática y poética, fusionando a la comunicación por SMS aglutinados o abreviados en la telefonía móvil. Este modelo permite establecer funciones esenciales del lenguaje inherentes a todo proceso de comunicación lingüística.

---

<sup>45</sup> CASTRO, X. (2012). *El lenguaje de la mensajería instantánea* [en línea] [Consultada: 27 de junio de, 2012] <<http://www.manualdeestilo.com/escribir/el-lenguaje-de-la-mensajeria-instantanea-1/>>.

**Cuadro Nro. 41: Funciones del lenguaje en la comunicación por SMS en la telefonía móvil**

Factores	Comunicación mediante la telefonía móvil	Funciones del lenguaje
<b>Emisor (hablante)</b>	Usuario creador de SMS aglutinados	Emotiva o expresiva
<b>Receptor (oyente)</b>	Usuario creador de SMS aglutinados	Conativa
<b>Contexto</b>	Los contenidos de los SMS aglutinados deben ser informativos, ilustrativos e interpretativos para que los usuarios puedan comprenderlos, interpretarlos y leerlos como estructuras reconocibles y con significados	Referencial
<b>Mensaje</b>	El SMS aglutinado para que éste pueda ser cabalmente entendido y puede manejar un código reconocible por emisor y receptor	Poética
<b>Código</b>	Uso de lenguajes, símbolos, palabras aglutinadas o abreviadas en contexto que permite su significación	Metalingüística
<b>Contacto</b>	Inicio y mantención de la comunicación interactiva a través de SMS	Fática

Fuente: elaboración propia con base en Jakobson *Ensayos de lingüística general* (1981)

El hablante o emisor corresponde al que emite el mensaje, el receptor recibe el mensaje, el contexto ayuda a restituir los elementos indispensables para interpretar correctamente el mensaje. Pero para que el mensaje llegue del emisor al receptor se necesita del código lingüístico que consiste en “un conjunto organizado de unidades y reglas de combinación propias de cada lengua natural y por último el canal, que permite establecer y mantener la comunicación entre emisor y receptor.

### **6.25. Los significados que se asignan a los símbolos y emoticones a través del uso de la telefonía móvil**

Según de Saussure (1916:92), “el significado es el concepto que el significante provoca en el destinatario. En esta perspectiva, el significado es de naturaleza abstracta por su carácter mental”. En este estudio investigativo, los jóvenes encuestados de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés conocen y le dan su correspondiente significado a los siguientes símbolos y emoticones que circulan en la telefonía móvil. El 4,7% de los estudiantes no sabe el significado de los emoticones y símbolos. Es pertinente señalar que los símbolos graficados a continuación se pueden comprender mejor de forma vertical. El 8,7% identificó como “lentes” a este símbolo (@\_@). Se puede asemejar también a un rostro que expresa

“locura”. Para la conformación de esta alegoría se usa el símbolo de arroba y guión bajo. El 8,7% señaló que el símbolo representa a una “flor” (@-->--), de modo que para su estructuración se usó el símbolo de “arroba” figurando gráficamente así “@”, seguido por el símbolo matemático “mayor a que” representado con esta expresión “>” y, por último se utilizó “guión o símbolo menos” “-“.

Posteriormente, el 8,7% lo identificó como “padre de iglesia” o cura (+-:-)). Este símbolo también puede representar a una persona religiosa, para su estructuración se usa el “símbolo más”, “guion o símbolo menos”, “dos puntos”, “guion o símbolo menos” y “paréntesis de cierre”. El 8,0% de los estudiantes asimila a esta carita (:)/) a una persona “sacando su lengua”; puede significar también una persona fumando o llevando su mano a sus labios; puede significar lo que el usuario quiera siempre y cuando el significado tenga coherencia. Su elaboración es sencilla: “dos puntos”, “paréntesis de cierre” y el “símbolo tal que”.

El 8% identifica este símbolo (:-@) a una “persona gritando”, se conforma con “dos puntos”, “guion o símbolo menos” y “arroba”. El 8% indica que representa a una fiesta de cumpleaños (\*<:)). El 9,3% le dan el significado a este símbolo (\*<I:o>) de papanoe su construcción es sencilla de inicio se utiliza un asterisco, símbolo menor a que, la letra I mayúscula, dos puntos, la letra o, paréntesis de cierre y finalmente el símbolo mayor a que. El 10% (‘-) lo señala como guiño. Para estructurar este símbolo se utiliza comilla de apertura, guión corto y paréntesis de cierre. El 12% (😞) reconoce a este emoticón como figura triste.

Por último, el 14% (😄) manifiesta que es un emoticón feliz. Con seguridad, los últimos gráficos son los más utilizados y reconocidos a simple vista por el encuestado. Es interesante cómo los jóvenes usuarios resuelven el problema de la ausencia física de la persona, de la mímica facial, de los gestos, a partir de la invención de los símbolos y emoticones descarnado pero muy eficaz y que a través de la invención de estos “dibujos” se puede dar viveza a esta forma de escritura nueva y “contraída”, aún más

contraída que el habla cotidiana, pero que aparece, por lo menos, entre los jóvenes, ser más eficaz a veces que una conversación cara a cara.

**Cuadro Nro. 42: Símbolos y emoticones utilizados según la encuesta**

Emoticones	Significado
	Feliz
	Llorando
	Enojado
	Dormido
	Cansado
	Enfermo
	Sorprendido
	Pregunta
Símbolos	Significado
:)	Feliz
:(	Triste
:-o	Sorprendido
:-~)	Resfriado
I-O	Bostezando
:-X	Silencioso
I-I	Dormido
:'-(	Llorando

Fuente: elaboración propia

### **6.26. Los significados que se asignan a las aglutinaciones y abreviaciones léxicas: a través del uso de la telefonía móvil**

La significación de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas es la última cuestión que se planteó a los universitarios. En ella se puede observar cómo no atienden a reglas fijas para construir sus mensajes e incluso combinan varias posibilidades gráficas para una misma palabra o expresión en el mismo texto. Para Saussure (1916: 228 - 237) “la aglutinación tiene por efecto el reducir a la unidad una combinación de elementos; y además, toda clase de circunstancias exteriores a la palabra, pero capaces de modificar su análisis. Opera únicamente en la esfera sintagmática; su acción recae sobre un grupo dado; no considera otra cosa”.

Por tanto, según lo descrito anteriormente, el 3,3% de los encuestados no sabe el significado de las aglutinaciones léxicas, las razones responden a que es probable que este porcentaje de universitarios escriba con una gramática adecuada. En tanto, el 5,3% reconoció esta abreviación “tbc, tuc, tdj” como “te besé, te usé y te dejé”, se eliminan las letras “e”, y se reemplaza la “c” por la “s”. El significado de esta abreviación se puede apreciar que consta de dieciocho letras, con el uso de las aglutinaciones léxicas se reduce a nueve caracteres, convirtiéndose en una abreviación a simple vista reconocida y comprendida por los universitarios encuestados.

El 8% indicó que esta abreviación “kmpo” significa “campo”, en esta abreviatura se observa que reemplaza la “c” por la “K” y se elimina la “a”, está conformada por cuatro caracteres y por la aglutinación se reduce a tres letras. Esta escritura en la telefonía móvil nace de manera espontánea entre los usuarios. Se trata de códigos en continua construcción y transformación, compartidos, en principio, por consensos de hecho por significaciones importantes por comunidades de usuarios. En base a lo expuesto Castells (2012) señala que la “autocomunicación de masas es aquella que va de muchos a muchos con interactividad, tiempos y espacios variables, controlados. Es “auto” porque podemos seleccionar los mensajes, emitir nuestros mensajes, recibir los mensajes y el emisor es al mismo tiempo receptor. Es auto porque nos podemos referir constantemente a un hipertexto de comunicación, de mensajes que están disponibles y de los cuales seleccionamos y obtenemos aquellos elementos que nos permiten construir nuestro propio texto”<sup>46</sup>.

En tanto, el 8% reconoce esta abreviación “cel” y le asigna el significado de “celular” esta palabra consta de siete letras y se reduce a tres eliminando las letras “u” – “l” – “a” – “r”. El 8,7% de la juventud universitaria de la carrera de Ciencias de la Comunicación, reconoce a la aglutinación “xfa” y le da el siguiente significado “por favor”, esta

---

<sup>46</sup> CASTELLS, M. (2012). *El poder en la era de las redes sociales* [en línea] [Consultada: 03 de octubre de, 2012] <<http://www.nexos.com.mx>>.

palabra constituye de ocho caracteres y se reduce a tres, se elimina “por” y se la reemplaza por la letra “x”, se excluye también las letras “v” – “o” – “r”. Estas aglutinaciones léxicas son muy populares tanto en la escritura en teléfonos móviles como oralmente.

El 8,7% reconoce esta abreviatura “x 100 mpre” y le asigna el siguiente significado “por siempre”, esta palabra figura de diez grafías y se reduce a tan sólo ocho, en este caso se elimina “por” para reemplazar por “x”, se eliminan las letras “s” – “i” – “e” y son reemplazadas por el número cien “100”. El 8,7% de los jóvenes identifica la síntesis “n 1rto+” y le concede el consiguiente significado “en un rato más” esta palabra consta de once letras y se reduce a seis, se excluyen las letras “e” – “a”, en el caso de “un” se reemplaza por el número “1” y “mas” por el signo “+”. Se puede observar, que se escribe con signos y números, eliminado acentos.

Se analiza que el 8,7% identificó a “Kmb d Hor” como “cambio de hora” se observa en esta abreviación léxica el uso de la intercalación de letras mayúsculas y minúsculas pretendiendo conseguir un efecto gráfico llamativo, seguidamente se prescinde la letra “c” por “k”, excluyendo además, las letras “a” – “i” – “o” – “e” o en el caso de las mayúsculas para enfatizar parte de la información transmitida. El 9,3% de los estudiantes respondió que esta abreviación “q” significa “que”, la misma consta de tres letras y se reduce a tan sola uno excluyendo “u” – “e”, esta abreviatura también es muy común en la comunicación mediada por las redes sociales.

Por otro lado, el 11,3% de los jóvenes dice que esta aglutinación “dnd sts?” Significa “dónde estás”, de diez letras se reduce a seis, quitando las letras “o” – “e”. Se observa, que la acentuación, normas de puntuación no se respetan, los signos tanto de interrogación como de exclamación – quizá por influencia del inglés- se escriben solamente al final. A pesar de que en los nuevos modelos de teléfono móvil disponen de vocales acentuadas en la tecla correspondiente a cada vocal. La ausencia de tildes se explica por pura economía, porque aunque el teclado ofrezca esta posibilidad, el número

de veces que hay que pulsar para marcar la vocal correctamente acentuada es superior al número de veces que se pulsa la vocal sin tilde.

Finalmente, el 20% de los encuestados indicó que “tqm” significa te quiero mucho. El texto propuesto consta de trece letras, con la aglutinación de las palabras se reduce a tres caracteres, prescindiendo de los caracteres “e” – “u” – “i” – “e” – “r” – “o” – “u” – “c” – “h” – “o”. El usuario consigue reducir la mayoría de las grafías para transmitir la información.

### **6.27. Las aglutinaciones y abreviaciones léxicas, desventaja o/no en la formación universitaria**

Los nuevos códigos de la escritura en los celulares, no son una desventaja para formación académica universitaria, salvo para la academia ilustrada y erudita, acostumbrada al *statu quo* (estado de cosas en un determinado momento) <sup>47</sup> y que las aglutinaciones y abreviaciones léxicas se vuelvan una costumbre y se las use para la escritura formal. En ese sentido perjudicarían y pondrían en desventaja a los jóvenes estudiantes. Como Suaznábar (2011) indica, “el tratar de usar menos caracteres para expresar por la cuestión del espacio en el celular, pueden tener sus niveles de incidencia en ortografía, acentuación y sintaxis”.

La formación universitaria, como la cultura, debe enfrentar su actualización, con ello, la re-configuración de estructuras mentales que responden a otras épocas históricas. La academia seguirá manteniendo sus estructuras mentales, los estudiantes se adecuarán a esos requerimientos de “titulación” académica y seguirán participando de la cultura digital con ella la reconfiguración del lenguaje- siguiendo sus propios proyectos de vida. Al respecto, la *Real Academia Española* (RAE) regularizará un texto más completo de la historia que servirá como instrumento de estudio para entender la evolución del

---

<sup>47</sup> DICCIONARIO DE LA REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. (2010). *statu quo* [en línea] [Consulta: 2 de septiembre, 2013] < <http://lema.rae.es/drae/?val=statu%20quo>>.

mismo y adaptar a los tiempos nuevos; el diccionario de términos y abreviaturas léxicas “tableta” usados en los SMS el mismo estará vigente el año 2014.

Por otra parte, la *Fundación del Español Urgente* (Fundéu BBVA), asesorada por la *Real Academia Española*, presentó el pasado 20 de septiembre de 2012 el primer manual práctico en español de uso de Internet: *Escribir en internet. “Guía para los nuevos medios y las redes sociales”*<sup>48</sup>.

El primer manual práctico de uso del español en los medios digitales y los soportes electrónicos dirigido por el periodista Mario Tascón está dividido en dos partes: una de uso cotidiano de la gente común que hace uso constante de las redes sociales y otra de uso profesional que instruye muchas dudas por ejemplo, cómo se escribe una carta oficial en un correo electrónico, qué símbolos se pueden usar en *Twitter* y en un SMS por telefonía móvil. En el caso de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la telefonía móvil, son de vital importancia que cumplan una función comunicativa e informativa.

Para Suaznábar (2011), “se pueden sacar diccionarios y modificarlos; puede ser una iniciativa interesante”. Rojas (2011) considera que si se establece un diccionario de términos y abreviaturas léxicas debería ser “bajo la modalidad de trabajo colaborativo y en red, a escala global-local (caso *Wikipedia*), caso contrario, podría pasar lo que pasa con los diccionarios *COBA* que prácticamente, al tiempo de ser publicados, ya son obsoletos. Entonces, en este nuevo escenario se deberán resolver otros desafíos más relevantes: actualización del contenido con la cultura digital, la estructura significado/significante varía a significante (símbolo) ha significado, lo que implica una variación epistemológica fundamental en la estructura comunicacional en la era digital.

---

<sup>48</sup> FUNDÉU BBVA. (2012). *Guía para los nuevos medios y las redes sociales*. [ en línea] [Consultada: 28 de septiembre de, 2012] <<http://www.manualdeestilo.com/escribir/la-rae-acoge-la-presentacion-del-primer-manual-en-espanol-para-internet> />.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIONES

En este apartado se realiza un primer acercamiento de estudio a las nuevas dinámicas que se propuso en la presente investigación. Las aglutinaciones léxicas son un procedimiento en virtud del cual se unen dos o más palabras para formar una sola, en cambio, la abreviación es un procedimiento de reducción de una palabra mediante la supresión de determinadas letras o sílabas. Es en este sentido que la juventud recurre a la eliminación de la sintaxis y la gramática normal y tradicional / oficial al momento de estructurar un SMS en su celular, la misma que nace de la necesidad de ceñirse a una limitación de 160 caracteres.

El estudio partió de la indagación sobre *¿qué tipos de motivos, funciones y significados cumplen las aglutinaciones y abreviaciones léxicas y por qué han surgido éstos en la utilización de telefonía móvil en jóvenes universitarios de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social UMSA?*, y sobre la misma se propone y concluye la proposición final:

Los tipos de motivos que inducen a los jóvenes universitarios al uso de estas aglutinaciones léxicas en la telefonía móvil están relacionados principalmente a la preservación de su crédito telefónico; es decir, a la economía de su comunicación. Mensajes largos requieren de más tiempo o de desglose en dos o más envíos, razón por la que los jóvenes han optado por utilizar distintas estrategias aglutinaciones, abreviaciones, íconos y símbolos que cooperen con una comunicación eficaz y rápida por medio de SMS (*Short MessageService*).

En cuanto a las funciones que cumplen estas aglutinaciones, se reitera la de economía del crédito telefónico y, con ella, la economía de los recursos tipográficos. La función

abreviadora de los SMS se vincula a la misma función de síntesis que estructura la lógica tecnológica de los mensajes cortos y la celeridad del tiempo. Todo debe ser fluido, rápido, inmediato en la información y comunicación lo que promueve a pensar, actuar y decidir con agilidad, movilidad, desenvoltura, cualidades todas que se avienen a una escritura dispuesta a las divagaciones, a saltar de un argumento a otro, a perder el hilo cien veces y encontrar al cabo de cien vericuetos. Así la conversación por SMS se torna práctica, debido a la velocidad e inmediatez impuesta por la naturaleza del medio, los hablantes emiten sus ideas abreviando palabras, convirtiéndose en textos cortos e inmediatos.

Finalmente se llegó a la conclusión en este trabajo que los significados de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas devienen de un proceso dinámico que crea significación compartida entre los jóvenes. Apenas se crea un icono o un símbolo, éste rápidamente es imitado y colectivizado entre la comunidad juvenil, motivo por el cual que la interpretación de los mismos puede ser eficaz.

## Recomendaciones

Sobre la base de las conclusiones anteriores y la experiencia desarrollada a lo largo del trabajo de investigación, se presentan a continuación un conjunto de recomendaciones acerca de los *motivos, funciones y significados del uso de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la telefonía móvil por jóvenes universitarios de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social UMSA, 2011* para el diseño de futuras propuestas que desarrollen una temática similar a la tratada en el presente proyecto.

1. La sociedad debe tomar en cuenta que las aglutinaciones y abreviaciones léxicas a través del SMS por telefonía móvil son una moda, ya que por el avance de la tecnología va de la mano con el avance de las formas de comunicación: no se refieren a la aparición de nuevos lenguajes o idiomas sino a la combinación o adaptación de la lengua materna con los sistemas tecnológicos.
2. Se recomienda no exagerar con el uso de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas o abreviación lingüística en la telefonía móvil, ya que puede causar una costumbre en la redacción formal.
3. No realizar el uso de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la escritura formal.
4. El SMS como potencial herramienta de ahorro económico debe ser tomado en cuenta en el Estado Plurinacional de Bolivia, ya que su uso significa ahorro y un alivio a las saturadas líneas de la telefonía móvil.
5. Sería algo positivo que los profesores consideren las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en las aulas a modo de un pequeño descanso de sus actividades, estructurar palabras más entendibles y eficaces entre académicos y estudiantes para lograr una comunicación favorable en la telefonía móvil y *chat*, logrando interacción, socialización y conocimiento del lenguaje de *chat* y al mismo tiempo recordar a los estudiantes que esta escritura es de uso exclusivo de las redes sociales.

6. Cada hablante debe ser protagonista de su propio aprendizaje y es éste y solamente éste quien puede decidir dónde está el origen de sus errores y seleccionar, por tanto, el recurso didáctico que mejor se ajusta a sus características lingüísticas.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. ACHIG, L. (1991). *Guías y formularios para la elaboración de diseños de tesis*, IDS. Cuenca/ Ecuador.
2. ALMELA, R. (1999); *Procedimientos de formación de palabras en español*, Barcelona, Ariel.
3. ARDILES, E. y CÁRCAMO, L. (2000). “*Comunicación mediada por computadores y Trabajo colaborativo*”. Tópicos avanzados. UFRO.
4. AGENCIA PARA EL DESARROLLO DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN EN BOLIVIA ADSIB. (2011). *Mayo 17, día de internet* [en línea] [Consulta: 21 de junio, 2011] <<http://www.adsib.gob.bo/adsibnueva>>.
5. AUTORIDAD DE FISCALIZACIÓN Y CONTROL SOCIAL DE TELECOMUNICACIONES Y TRANSPORTES ATT. (2010). *Memoria Institucional Diagramación e Impresión*. EDARBOL S.R.L. La Paz, Bolivia.
6. BARJA, G. (1999). *Inversión y productividad en la industria boliviana de telecomunicaciones*. Profesor Asociado de Maestrías para el Desarrollo de la Universidad Católica Boliviana/HIID, para el Proyecto “Crecimiento, empleo y equidad: América Latina.
7. CASTELLS, M. y otros. (1986). *El desafío tecnológico*. España y las nuevas tecnologías, Madrid, Alianza Editorial.
8. CASTELLS, M. (1997). *La Era de la Información. Economía Sociedad y Cultura. Vol.1 La sociedad red*. Madrid, Alianza Editorial.
9. CASTELLS, M. (1998). *La Era de la Información. Economía Sociedad y Cultura. Vol. 2 El poder de la identidad*. Madrid, Alianza Editorial.
10. CASTELLS, M. (1999). *La Era de la Información: Economía, Sociedad y Cultura: La Sociedad Red*. México, Siglo XXI.
11. CASTELLS, M. (2001). *La Galaxia Internet: reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Areté. Impreso en Brosmac S.L. Madrid, España.
12. CASTELLS, M. (2009). *Comunicación y poder* Alianza Editorial, S. A., Madrid.

13. CASTELLS, M. (2012). *El poder en la era de las redes sociales* [en línea] [Consultada: 03 de octubre de, 2012] <<http://www.nexos.com.mx>>.
14. CANELAS, C. (1999). *Psicología general*. Oruro, Bolivia.
15. CEVALLOS, M. 2009. *Jóvenes y celulares: Las razones de su uso y abuso*. Informe Final Coordinadora del Laboratorio de Medios. Ecuador.
16. CASTRO, X. (2012). *El lenguaje de la mensajería instantánea* [en línea] [Consultada: 27 de junio de, 2012] <<http://www.manualdeestilo.com/escribir/el-lenguaje-de-lazmensajeria-instantanea-1/>>.
17. COSERIU, E. (1983). *Introducción a la Lingüística*. Universidad Nacional Autónoma de México. México D. F.
18. COLLINS LANGUAGE. *Collins language*. [en línea] [Consultada: 3 de octubre de, 2013] < <http://www.collinslanguage.com/SearchResults.aspx?q=sms>>.
19. CHUQUIMIA, E. (2011). *Usos y gratificaciones del surgimiento de mensajes cortos (SMS) entre usuarios de zonas de mayor concentración de negocios de internet en la ciudad de La Paz*. Tesis para optar al grado de licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social de la U.M.S.A.
20. DAVIDOFF, LINDA. (1989). *Introducción a la Psicología*. México: Editorial McGraw-Hill.
21. DICCIONARIO SMS. *Asociación de Usuarios de Internet*. [en línea] [Consultada: 3 de octubre de, 2013] < <http://www.diccionariosms.com/contenidos/>>.
22. DOMÍNGUEZ, C. (2005). *El lenguaje de los SMS y del chat en las aulas*. España. [en línea] [Consulta: 10 de mayo, 2011] <<http://www3.unileon.es/dp/dfh/LG/D.html#Dominguez>>
23. DOMINI, G. (2008). *Enviar un mensaje de texto sin faltas de ortografía es más caro*. En Clarin.com. [En línea] [Consulta: 10 de mayo, 2011] <http://www.clarin.com/diario/2008/04/16/sociedad/s-03101.htm>.
24. DERKS, S y VAN DEN BERG-ORTEGA, S. (2010). *El programa chaski. Las tic como instrumento para mejorar la educación*. Revista de Conocimientos Diálogos Transdisciplinarios en la Sociedad de la Información. Fundación Redes para el Desarrollo Sostenible en La Paz-Bolivia. (1):140.

25. EMPRESA NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES DE BOLIVIA ENTEL. (2012). [en línea] [Consulta: 27 de marzo 2012] <[www.entel.bo/](http://www.entel.bo/)>.
26. FONSECA, A y RUEDA, R. (2012). *Subjetividades, Ciudadanías y Tecnologías Digitales*. Revista Académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social – FELAFACS, Edición no. 84: enero – junio 2012. [ en línea] [Consultada: 27 de julio de, 2012] <<http://www.dialogosfelafacs.net/subjetividades-ciudadanias-y-tecnologias-digitales/>>.
27. FUNDÉU BBVA. (2012). *Guía para los nuevos medios y las redes sociales*. [ en línea] [Consultada: 28 de septiembre de, 2012] <<http://www.manualdeestilo.com/escribir/la-rae-acoge-la-presentacion-del-primer-manual-en-espanol-para-internet/>>.
28. FUNDÉU BBVA. (2012). RAE lanzará nuevo diccionario de español en 2014 [ en línea] [Consultada: 28 de septiembre de, 2012] <<http://www.fundeu.es/noticia/diccionario-1-sms-0-4846/>>.
29. FUNDACIÓN TELEFÓNICA Y FUNDACIÓN ENCUENTRO (2013) *Los jóvenes en la era de la hiperconectividad: tendencias, claves y miradas.*: ALBADALEJO Madrid Ed. Artes Gráficas.
30. GARCÍA CANCLINI, N. (1999). “El consumo cultural: una propuesta teórica”, en *El consumo cultural en América Latina*, coord. Guillermo Sunkel, Bogotá: Convenio Andrés Bello.
31. GOFFMAN, E. (1963). *Estigma la identidad deteriorada*. Editorial Amorrurtu: Argentina.
32. GALÁN, C. (2008). *El código de los jóvenes para escribir un SMS ya lo usaban los fenicios hace 3.000 años*. España. Profesora de lingüística de la Universidad de Extremadura. GINÉ, J. Y PRATS, J. (2011). *¿Nuevas tecnologías para el desarrollo humano?*. Revista Instituciones y Desarrollo. (10): 237-249.
33. HALL, S. (1980). *Codificar y Decodificar, en Cultura, Media y Lenguaje*,

- London: Hutchinson. Press. [en línea] [Consulta: 13 de junio, 2013]  
<<http://www.nombrefalso.com.ar/materias/apuntespdf/hall-3.pdf>>
34. HERNÁNDEZ, S. FERNÁNDEZ, R. BAPTISTA, C. y LUCIO P.(1997).*Metodología de la Investigación*. Edit. McGraw Hill. Bogotá, Colombia.
35. HEBE, L. (2006). *El nuevo lenguaje adolescente en el chat y celulares*, [Consultada: 03 de octubre de, 2012]  
<<http://www.nuevodiarioweb.com.ar/notas/2007/6/5/cultura-236470.asp>>.
36. HÖFLICH, J.Y RÖSSLER, P. (2002). “*Más que un teléfono: El teléfono móvil y el uso del SMS por parte de los adolescentes alemanes: Resultados de un estudio piloto*”, en *Revista de Estudios de Juventud*, España: Instituto de la Juventud.
37. INFOBAE. *Diccionario chat* [en línea] [Consultada: 03 de octubre de, 2012]  
<<http://www.infobae.com/notas/123912-Diccionario-Xat-chat.html>>.
38. JAKOBSON, R. (1958).*Ensayos de lingüista general*, Seix barral, Barcelona.
39. LEVIS, D. (2006). *El habla escrita de niños jóvenes*. [en línea] [Consulta: 10 de mayo, 2011] <<http://www.diegolevis.com.arEmail>>.
40. LOS TIEMPOS. (2010). *Bicentenario El habla del cochabambino* [en línea] [Consulta: 27 de marzo 2012]  
<[http://www.lostiempos.com/diario/actualidad/local/20100908/bicentenario-asi-hablan-los-cochabambinos\\_88740\\_170163.html](http://www.lostiempos.com/diario/actualidad/local/20100908/bicentenario-asi-hablan-los-cochabambinos_88740_170163.html)>.
41. MARTÍNEZ DE SOUSA, J. (1984). *Diccionario internacional de siglas y acronimias*, Madrid, Pirámide.
42. MARCELINO, F. (2003). *Estudio del fenómeno económico “costo”*. Fortín Melincué Buenos Aires, Argentina.
43. MAYANS, J. (2000). *El lenguaje de los chats: entre la diversión y la subversión*. *Eni World*, 29, pp.42-50. [en línea] [Consulta: 10 de mayo, 2011]  
<<http://cibersociedad.rediris.es/mayans>>.
44. MARTÍN BARBERO, J. (2002). “*La educación desde la comunicación*.” Grupo editorial NORMA. Buenos Aires, Argentina.

45. MARTÍN BARBERO, J. (2002). “*Culturas/Tecnicidades/Comunicación*”, en *Programas, Iberoamérica: Unidad Cultural en la Diversidad*, Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI). Press. [en línea] [Consulta: 21 de junio, 2013] <<http://www.oei.es/cultura2/barbero.htm>.>
46. MARIS, L.Y HENIN, J. (2005), “*Hablar sin comunicar o comunicar sin hablar: del GSM al SMS*”, en Revista de Estudios de Juventud, España: Instituto de la Juventud.
47. MANTE-MEIJER, E. Y PIRES, D. (2005). *El uso de la mensajería móvil por los jóvenes en Holanda*, en Revista de Estudios de Juventud, España: Instituto de la Juventud.
48. MERTON, R. (1964). *Teoría y Estructura Sociales*. F.C.E. México.
49. NUTTIN, J; PIERON, H; y BUYTENDJIJ, F. J. J. (1978). *Origen y desarrollo de los motivos en la motivación*. Argentina. Editorial Nueva Visión.
50. ORGANIZACIÓN DE ESTADOS IBEROAMERICANOS PARA LA EDUCACIÓN LA CIENCIA Y LA CULTURA. (2005-2006).*Las Tecnologías de la Información y de la Comunicación en la Educación*. España. [en línea] [Consulta: 10 de mayo, 2011] <<http://www.oei.es/tics.ntm>.>.
51. OROZCO, G. (1985). *La Investigación en Comunicación desde la Perspectiva Cualitativa*. Madrid: Ediciones de la Torre, Universidad Iberoamericana.39p.
52. PASCUALINI, F. y PASINI, R. (2007). *El chat, más allá de los prejuicios*. El monitor de la educación. Pujato. Argentina Santa Fe.
53. PERIÓDICO CAMBIO, (2011). *En Bolivia, siete de cada diez personas tienen un teléfono celular*. [en línea] [Consulta: 27 de marzo 2012] en <<http://www.cambio.bo/noticia.php?fecha=2011-05-09&idn=44764>>.
54. PÉREZ, L y CASTRO, C. (2010). *Aspectos destacados del informe sobre juventud y sociedad del conocimiento en Iberoamérica de la Organización Iberoamericana de Juventud*. Revista de Conocimientos Diálogos

- Trasdiciplinarios en la Sociedad de la Información fundación redes para el desarrollo sostenible en La Paz-Bolivia. (2): 115.
55. DICCIONARIO DE LA REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. (2009). *Diccionario Panhispánico de dudas Primera Edición*. [en línea] [Consulta: 5 de julio, 2013] <<http://www.rae.es/rae.html>>
56. ROJAS, Í. (1998). *Introducción al estudio de la Comunicación*. Editorial San Marcos.
57. ROCHA, S, (2004). *El lenguaje de los jóvenes en el chat Estudios sobre las culturas contemporáneas*. Vol. x. Colima, Colima. México.109 – 140 p.
58. ROJAS, J. (2010). *Apuntes para el abordaje de la configuración del ejercicio de las identidades en la sociedad de la información*. Revista digital semestral de conocimientos: Diálogos Transdisciplinarios en la Sociedad de la Información”. “IDENTIDADES”. Fundación Redes para el Desarrollo Sostenible. En: La Paz-Bolivia. (2):115.
59. ROJAS, J. (2010). *La era digital en América latina y el Caribe: Consideraciones para un marco*. Revista de Conocimientos Diálogos Transdisciplinarios en la Sociedad de la Información Fundación Redes para el Desarrollo Sostenible. En La Paz-Bolivia. (2):115.
60. ROJAS, J. (2010). *Proyecto: normativa para el ejercicio de los derechos a la información y comunicación en Bolivia*. [en línea] [Consultada: 10 de febrero de, 2012]<[www.fundacionredes.org](http://www.fundacionredes.org)>.
61. RODRÍGUEZ, M. (1986). *Teoría y diseño de la investigación científica*. Lima-Perú
62. RAE. (2011). *Lanzará nuevo diccionario de español en 2014*. [en línea] [Consultada: 24 de julio, 2011] <[http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2011/07/110713\\_tecnologia\\_idioma\\_palabras\\_nc.shtml](http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2011/07/110713_tecnologia_idioma_palabras_nc.shtml)>.
63. SAMANIEGO, J. (2003). *Lenguaje y cibernética ¿Es el lenguaje cibernético un riesgo para el idioma en la sociedad globalizada?.* Chile.

64. SAMUELSON, P. (1983). *Economía* Undécima edición. Pág. 2. McGraw-Hill, México.
65. SÁNCHEZ, L. 2011. *Adolescentes, lenguaje, ortografía, SMS*. <http://conciencia20.pd2.iup.es/>.
66. SAUSSURE, F. (1916). *Curso de lingüística general*. Ediciones Akal, S.A.
67. SAN MARTÍN, P. (2003). *Hipertexto: seis propuestas para este milenio*. La Crujia: Buenos Aires, Argentina.
68. SEMENOV, A. (2005). *Las tecnologías de la información y la comunicación en la enseñanza*. Ediciones Trilce, División de Educación Superior, UNESCO.
69. MARTÍN, S. (2012). *Todos los gobiernos odian internet*. Europa abierta [en línea] [Consulta: 26 de septiembre 2012] [www.rtve.es/alacarta/audios/programa/europa-abierta-manuel-castells/1286978/](http://www.rtve.es/alacarta/audios/programa/europa-abierta-manuel-castells/1286978/)
70. SUAZNABAR, A. (2004). *Teorías y Análisis de Discurso*. Bolivia: Diplomado. C.E.P.I.- U.S.F.X.
71. STEPHEN, H. (1997). *La fuerza cultural de los sistemas tecnológicos: en Innovación tecnológica y procesos culturales*. Nuevas perspectivas teóricas, compiladores María Santos y Rodrigo Díaz Cruz, México: Ediciones Científicas Universitarias-UNAM-F.C.E.
72. TAMAYO y TAMAYO, M. (1999). *El proceso de la investigación científica*, 3ra ed., México, Limusa.
73. TIGO. (2012). [en línea] [Consulta: 27 de marzo 2012] <[www.tigo.com.bo](http://www.tigo.com.bo)>
74. TORRICO, E. (1993). *La tesis en comunicación*, 2ª ed., La Paz Artes Gráficas Latinas.
75. TORRICO, E. (2002). *Conceptos y hechos de la Sociedad de la Informacional*. Miradas desde y sobre Bolivia. Barcelona.
76. TORRICO, E. (2004). *Abordajes y periodos de la teoría de la comunicación*. Norma. Bogotá Colombia.

77. TORREZ, A. (2011) *En internet la escritura goza de muy buena salud*. [en línea] [Consulta: 13 de junio, 2013] <<http://www.manualdeestilo.com/escribir/en-internet-la-escritura-goza-de-muy-buena-salud/>>
78. VIVA. [ en línea] [Consulta: 27 de marzo 2012] <[www.viva.com.bo](http://www.viva.com.bo)>
79. VILCHES, L. (2001). *La Migración Digital*. Editorial Gedisa, Barcelona.
80. VILCHES, L. (2003). *La innovación en la sociedad de la información*, Curso sobre la Migración Digital, Universidad Austral de Chile.
81. YARCO, C. (2012). *El Papel del Teléfono Celular en la conformación de la Identidad y la Seguridad Ontológica de los Jóvenes*. Revista Académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social – felafacs, Edición no. 84: enero – junio 2012. [ en línea] [Consultada: 27 de julio de, 2012] <<http://www.dialogosfelafacs.net/el-papel-del-telefono-celular-en-la-conformacion-de-la-identidad-y-la-seguridad-ontologica-de-los-jovenes/>>.
82. ZAPATA, R. (2003). *Las buenas maneras en internet*. Murcia. Revista electrónica de estudios filosóficos.
83. ZEGERS, B. (2003). *El impacto de Internet en la Identidad Juvenil*. Clase Magistral dictada con ocasión de la Inauguración del año académico, Universidad de los Andes, (online). [en línea] [Consulta: 10 de mayo, 2011] <<http://www.el4ei.net/esp/biblioteca/Textos%20biblioteca%20v1.0/problemas/falta%20de%20informacion/organizacion/el%20desafio%20brecha%20digital.pdf>>.
84. ZALLES, H. (2008). *Regulación e inversión en telecomunicaciones El caso boliviano*. La Paz Bolivia.
85. ZEHNLE, J. (2011). *Telecomunicaciones el mundo más cerca*. Revista Made in Germany. Trimestral de las Cámaras Alemanas en Perú y Bolivia Marzo-Mayo.
86. ZAMBRANA, R. (2010). *Redes académicas avanzadas: Haciendo realidad nuestros sueños*. Revista de Conocimientos Diálogos Transdisciplinarios en la Sociedad de la Información Fundación Redes para el Desarrollo Sostenible. En La Paz-Bolivia. (1):140.

## ANEXOS

1. Entrevistas efectuadas
2. Guías de entrevistas
3. Guías de encuestas
4. Resultados generales de las encuestas

A continuación se presentan los resultados de este estudio de acuerdo a cada uno de los dos instrumentos metodológicos empleados: primero, los resultados de las entrevistas semi-estructuradas, para luego observar los resultados de las encuestas.

**Anexo 1 : La entrevista a Hans van den Berg, Xavier Albó y Rodolfo Cerrón Palomino se llevó cabo el 24 y 25 de agosto del 2011, en el Museo Nacional de Etnología y Folklore (MUSEF) en los 25 años de la Reunión Anual de Etnología aportes a las Ciencias Sociales en La Paz- Bolivia.**



Lingüistas Hans van den Berg, Xavier Albó y Rodolfo Cerrón Palomino Foto: Roxana Ramos Callisaya

## **Entrevista a Hans van den Berg, lingüista holandés**

**1. ¿Considera usted que la escritura está siendo modificada por el uso de aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la estructuración de SMS por la telefonía móvil?**

**Hans van den Berg:** Para mí es una tremenda preocupación porque yo como holandés aprendí a hablar el castellano a mis 33 años y redacto mis textos todos en castellano a la perfección y mis colegas lo observan. En esta situación por haber aprendido el idioma a la perfección, percibo la tesis como la que tengo ahora en mis manos que es de una señorita de Filosofía de la Universidad Católica que su redacción y su castellano no tienen ni pies ni cabeza. Pues, tiene problemas de ortografía, sintaxis, etc. así que yo veo que hay una pérdida de toma de conciencia acerca de la lengua que se habla y se escribe.

**2. ¿A qué se debe el uso excesivo de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la telefonía móvil?**

**Hans van den Berg:** Para que la escritura se modifique, hay diferentes influencias. La primera es que se lee cada vez menos y cuando uno no lee, pierde el contacto real con el idioma porque el idioma no solamente se lleva consigo por la comunicación, sino por la lectura y en especial por la literatura que es fundamental para adquirir un buen conocimiento de una lengua. No es solamente cuestión de vocabulario etc., si no es fundamental el disfrutar de un idioma. Yo leo muchísimo. Siempre cuando viajo estoy con 2 ó 23 novelas en castellano que llevo conmigo y de esta manera he ido adquiriendo y además disfrutando del idioma. Hoy no se disfruta, no saben la riqueza del idioma y son problemas serios.

**3. ¿Considera que las nuevas tecnologías y su interactividad potencial están cambiando la escritura de la juventud?**

**Hans van den Berg:** Las nuevas tecnologías no necesariamente están modificando la escritura; es algo como un efecto lateral de una nueva impostura que se ha ido tomando con respecto al idioma: una cierta indiferencia. Se escribe “vaca” con “B” larga o con “V” chica, ¡oh!... qué importa ya. Eso es lo que se ha ido produciendo, una cierta indiferencia y no el esfuerzo para conocer bien el idioma y su escritura.

**Entrevista a Xavier Albó, lingüista español**

**1. ¿Considera usted que la escritura está siendo modificada por el uso de aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la estructuración SMS por la telefonía móvil?**

**Xavier Albó:** Yo llamaría una especie de metalenguaje a esta modificación de escritura que le importa muy poco que se cumplan las normas ortográficas que ponen las academias. A esta modificación le interesa muchísimo más la comunicación con identidad que inventan signos. Es una cosa, desde mi punto de vista, tanto comunicativa y de lingüística que es muy interesante. En la escuela o colegio te enseñan a escribir correctamente; son normas que llaman a estandarizar. Los medios de comunicación orales lo han cambiado todo y el Internet, por una parte, modifica constantemente la escritura.

**2. ¿Cuál es su opinión acerca de este anuncio?**

“El director de la *Real Academia Española* (RAE) y presidente de la Asociación de la Lengua Española (ASALE), José Manuel Blecua, durante la reunión plenaria de los presidentes y directores de las 22 academias el 20 de julio de 2011, señaló que con la

idea de regularizar un texto más completo de la historia, que sirva como instrumento de estudio para entender la evolución del mismo y adaptar a los tiempos nuevos, se trabajará en la elaboración del nuevo diccionario de SMS que se presentará el año 2014”<sup>49</sup>.

**Xavier Albó:** Nadie le tomará importancia, las normativas esas tendrán más la importancia de la comunicación inmediata que tendrán sus propias normas. Yo creo que irá por otros caminos.

### **3. ¿Considera que las nuevas tecnologías y su interactividad potencial están cambiando la escritura de la juventud?**

**Xavier Albó:** En el futuro y en el presente, las nuevas tecnologías cambian la escritura. Yo creo que se está cambiando mucho: no sustituirá totalmente las publicaciones serán un elemento más. No es que sean moribundas las bibliotecas; los libros serán un complemento y tendrán dos maneras, una será la que tiene que escribir formalmente y, la otra, en que sus comunicaciones se usan informalmente.

La Sociología de la comunicación cambia notablemente. Yo percibo que esta modificación en la escritura mediante SMS por telefonía móvil irá pasando y evolucionando constantemente.

---

<sup>49</sup> FUNDÉU BBVA. (2012). RAE lanzará nuevo diccionario de español en 2014 [ en línea] [Consultada: 28 de septiembre de, 2012] <<http://www.fundeu.es/noticia/diccionario-1-sms-0-4846/>>.

## **Entrevista a Rodolfo Cerrón Palomino, lingüista y Vicepresidente de la RAE en Perú**

### **1. ¿Considera usted que la escritura está siendo modificada por el uso de aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la estructuración de SMS por la telefonía móvil?**

**Rodolfo Cerrón:** Conozco por conversación con algunos amigos y por algunas escrituras de periódico las quejas de algunos colegas de cómo el lenguaje se estropea a través de este medio de comunicación. La juventud escribe tratando de ahorrar al máximo la escritura y al margen de las normas ortográficas del castellano estándar; entonces, en ese sentido mucha gente ha dado un grito de alarma. Se ha dicho que esto es una desgracia: la corrupción de la lengua y eso no es así porque una cosa es el sistema escrito por las nuevas tecnologías y otro por el sistema de la prensa, y más aún, en el español formal eso no va sufrir ningún cambio, sigue su curso, sigue usándose.

### **2. ¿Considera que las nuevas tecnologías y su interactividad potencial están cambiando la escritura de la juventud?**

**Rodolfo Cerrón:** La escritura de los SMS tiene un uso específico en determinado contexto usando determinado medio. Entonces, se ha creado un nuevo espacio de comunicación y con uso especial del castellano escrito. Esa es una realidad y nada más, pero eso que afecte la lengua hablada y escrita en la vida se cambiará. Porque siempre habrá reglas de ortografía y los SMS no afectarán porque siempre habrá gente que nunca sepa escribir correctamente ni manejar la ortografía como toda la vida la ha sido, de manera que yo no me alarmo.

**3. ¿A qué se debe el uso y abuso excesivo de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la telefonía móvil?**

**Rodolfo Cerrón:** Como lingüística, la modificación de la escritura por medio de la telefonía móvil y *chat* lo veo desde lejos como espectador. Lo peor sería caer en esa alarma de mucha gente que cree que ahí está el peligro y la extinción del castellano.

Estas aglutinaciones y abreviaciones léxicas son un uso nuevo por las nuevas generaciones a través de este medio electrónico que constituye una revolución en nuestro medio. Soy vicepresidente de la RAE en el Perú y puedo afirmar que no nos alarma; eso subsiste en el sistema parasitario que tiene su contexto de uso entre la juventud.

**La entrevista a Ana María Suaznábar de Paravicini, docente de *Teoría y Análisis de los Lenguajes* de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés, realizado el 10 de noviembre de 2011 en predios de la Carrera de Comunicación Social La Paz- Bolivia.**

**1. ¿Considera usted que la escritura está siendo modificada por el uso de aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la estructuración SMS por la telefonía móvil?**

**Ana María Suaznábar:** No, por dos razones: Hay que ver los géneros discursivos: va a haber una estructura académica que no considera estas aglutinaciones y abreviaciones léxicas. Estas escrituras se manifiestan, pero son válidas para los medios de comunicación, mediados por las nuevas tecnologías.

**2. ¿Considera que las nuevas tecnologías y su interactividad potencial están cambiando la escritura de la juventud?**

**Ana María Suaznábar:** La tecnología está cambiando a la juventud en una apertura cultural mucho más amplia, niveles de tolerancia. Pero en el rango de la escritura no se modifica, porque los géneros y las pertinencias discursivas no se pueden dar un discurso académico con todas esas abreviaciones.

**3. ¿A qué se debe el uso y abuso excesivo de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas o en la telefonía móvil?**

**Ana María Suaznábar:** El excesivo uso de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas se debe básicamente a temas de espacio y de economía en el celular.

**4. ¿Cuál es su opinión acerca de este anuncio?**

“El director de la *Real Academia Española* (RAE) y presidente de la Asociación de la Lengua Española (ASALE), José Manuel Blecua, durante la reunión plenaria de los presidentes y directores de las 22 academias el 20 de julio de 2011, señaló que con la idea de regularizar un texto más completo de la historia, que sirva como instrumento de estudio para entender la evolución del mismo y adaptar a los tiempos nuevos, se trabajará en la elaboración del nuevo diccionario de SMS que se presentará el año 2014”.

**Ana María Suaznábar:** Se puede sacar diccionarios, puede realizarse modificaciones a los diccionarios. Hace años se suprimió ciertas letras, por ejemplo, la “ñ” pero no funciona. Funciona para ciertos grupos discursivos puede de que se generalice eso será en un montón de años y quizá un siglo, pero no de inmediato.

**5. ¿Cree usted que estos nuevos códigos en la juventud tienen alguna desventaja en formación académica?**

**Ana María Suaznábar:** Estos nuevos códigos en parte perjudican y ponen en desventaja a los jóvenes universitarios. El tratar de usar menos caracteres para expresar por la cuestión del espacio en el celular puede tener sus niveles de incidencia en ortografía, acentuación y sintaxis, pero también hay que tomar en cuenta que la escritura informal de los SMS no está la esencia que se encuentra en la escritura correcta.

**Entrevista a José Eduardo Rojas, director de la Fundación REDES para el Desarrollo Sostenible y la revista Diálogos Transdisciplinarios en la Sociedad de la Información realizado mediante correo electrónico en fecha 15 de noviembre de 2011 en La Paz - Bolivia.**

**1. ¿Considera usted que la escritura está siendo modificada por el uso de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la estructuración de SMS y chat por telefonía móvil?**

**Eduardo Rojas:** La cultura digital se está reconfigurando con las tecnologías móviles. El lenguaje -como en toda época- también está siendo re-configurado; si bien es cierto que en América Latina el uso masivo del SMS (particularmente por su bajo costo) tiene una amplia aceptación, puesto en historia se debe entender las posibilidades de re-configuración del lenguaje multimedia, es decir no solamente las re-configuraciones del texto, sino del lenguaje digital. Bajo esta lógica, el lenguaje digital, asume la articulación o combinación de Texto, datos y audio/video, lo que es posible por el código digital. El código digital, articulado a los nuevos servicios de Banda Ancha móvil, permite navegar en Internet, realizar video conferencias y construir la cultura de la tele-presencia, por lo que se visualiza que la re-configuración del texto, en realidad es el inicio de una reconfiguración de la comunicación en la era digital.

**2. ¿Considera que las nuevas tecnologías y su interactividad potencial están cambiando la juventud?**

**Eduardo Rojas:** Desde un enfoque comunicacional relacional, es más preciso hablar de la interrelación entre mercado de la telefonía móvil y la cultura digital. No existe una injerencia unidireccional del mercado o de la cultura digital, sino que ambos se cambian, influyen, reconfiguran y "crecen" juntos (el caso de Benetton, y sus estudios de mercado basados en la cultura joven marginal de países latinoamericanos y de medio oriente, sobre cuyas tendencias "callejeras" diseñan sus propuestas de moda).

Está cambiando la cultura digital. Ésta hoy es ubicua (capacidad de encontrarse en cualquier lado), interactiva y multimedia. Con la afinidad de las nuevas generaciones con la tecnología, existen más posibilidades para la apropiación social, lo que a su vez elimina el miedo "tradicional" a la tecnología, y permite que se produzcan nuevas modalidades de apropiación de la tecnología e innovación en sus usos sociales (como la *telepresencia, teletrabajo, e-learning, e-gobierno móvil*).

**3. ¿A qué se debe el uso excesivo de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas?**

**Eduardo Rojas:** Existen varias razones (razones multidimensionales) que influyen: costo de mensajes; afinidad con lenguajes urbanos, proliferación de culturas urbanas y su mayor visualización en escenarios públicos, códigos interpersonales (relacionados a la complicidad, amistad y confianza); características de los teléfonos móviles, tipo de suscripción al servicio (pre-post pago), comodidad por escribir rápido, códigos de acuerdo a raza, género, etnia, nivel de instrucción, etc.

#### 4. ¿Cuál es su opinión acerca de este anuncio?

“El director de la *Real Academia Española* (RAE) y presidente de la Asociación de la Lengua Española (ASALE), José Manuel Blecua, durante la reunión plenaria de los presidentes y directores de las 22 academias el 20 de julio de 2011, señaló que con la idea de regularizar un texto más completo de la historia, que sirva como instrumento de estudio para entender la evolución del mismo y adaptar a los tiempos nuevos, se trabajará en la elaboración del nuevo diccionario de SMS que se presentará el año 2014”.

**Eduardo Rojas:** No conozco el anuncio. Sin embargo, puede ser una iniciativa interesante se la realiza bajo modalidad de trabajo colaborativo y en red, a escala global-local (caso *Wikipedia*). Caso contrario, podría pasar lo que con los diccionarios COBA, que prácticamente al tiempo de ser publicados ya son obsoletos. Entonces, en este nuevo escenario, se deberán resolver otros desafíos más relevantes: actualización del contenido (significado... recuerda que con la cultura digital la estructura significado/significante varia a signifiante (símbolo) ha significado, lo que implica una variación epistemológica fundamental en la estructura comunicacional en la era digital.

#### 5. ¿Cree usted que estos nuevos códigos en la juventud tiene alguna desventaja en la formación universitaria?

**Eduardo Rojas:** Ninguna desventaja, salvo para la academia ilustrada y erudita, acostumbrada al statu quo. La formación universitaria, como la cultura, debe enfrentar su actualización, con ello, la re-configuración de estructuras mentales que responden a otras épocas históricas. ¿Qué pasará? la academia seguirá manteniendo sus estructuras mentales, los estudiantes se adecuarán a esos requerimientos de "titulación" académica, y seguirán participando de la cultura digital -con ella la reconfiguración del lenguaje- siguiendo sus propios proyectos de vida.

## Anexo 2: Guía de entrevista

Lingüistas de Holanda, España y Perú

1. ¿Considera usted que la escritura está siendo modificada por el uso de aglutinaciones y abreviación léxicas en la estructuración de SMS por la telefonía móvil?
2. ¿A qué se debe el uso y abuso excesivo de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la telefonía móvil?
3. ¿Considera que las nuevas tecnologías y su interactividad potencial están cambiando la escritura de la juventud?
4. ¿Cuál es su opinión acerca de este anuncio?

“El director de la *Real Academia Española* (RAE) y presidente de la Asociación de la Lengua Española (ASALE), José Manuel Blecua, durante la reunión plenaria de los presidentes y directores de las 22 academias el 20 de julio de 2011, señaló que con la idea de regularizar un texto más completo de la historia, que sirva como instrumento de estudio para entender la evolución del mismo y adaptar a los tiempos nuevos, se trabajará en la elaboración del nuevo diccionario de SMS que se presentará el año 2014”.

¿Cree usted que estos nuevos códigos en la juventud tienen alguna desventaja en formación académica?

## Anexo 3: Guías de encuestas

### ENCUESTA

Motivos, funciones y significados del uso de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la telefonía móvil por jóvenes universitarios de la Carrera Ciencias de la Comunicación Social – UMSA, 2011

#### I. Datos Referenciales:

1. Género: 1. M    2. F
2. Edad: .....
- Fecha: .....
- Materia: .....



4. .... d) :-~) = Resfriado      8. .... h) :-' (= Llorando)

15. ¿Qué expresión facial utilizas más para demostrar tu estado de ánimo?

#### EMOTICONES

- |                       |                          |                    |
|-----------------------|--------------------------|--------------------|
| 1. .... a) 😊 Feliz    | 5. .... e) 😓 Cansado     | 9. .... i) Ninguno |
| 2. .... b) 😭 Llorando | 6. .... f) 🤒 Enfermo     | 10. .... j) Otro   |
| 3. .... c) 😡 Enojado  | 7. .... g) 😲 Sorprendido |                    |
| 4. .... d) 😴 Dormido  | 8. .... h) 🤔 Pregunta    |                    |

16. ¿Con quién te mensajeas frecuentemente?

1. .... a) Pareja      2. .... b) Amigos      3. .... c) Familiares      4. .... d) Otros

17. ¿Cuántos SMS aglutinados envías al día?

1. .... a) 1 a 5      2. .... b) 6 a 10      3. .... c) 11 o más

18. ¿Cuántos SMS aglutinados recibes al día?

1. .... a) 1 a 5      2. .... b) 6 a 10      3. .... c) 11 o más

19. ¿Para ti que significan estas aglutinaciones léxicas?

- |                 |                  |                    |
|-----------------|------------------|--------------------|
| 1. a) Dnd ..... | 3. c) Cms? ..... | 5. .... e) No sabe |
| 2. b) Gym ..... | 4. d) U .....    |                    |

20. ¿Cuál de los siguientes modismos locales (paceños) usas en los SMS y *chat*?

- |                      |                    |                                 |                     |
|----------------------|--------------------|---------------------------------|---------------------|
| 1. .... a) Pucha che | 4. .... d) Uuuu!!  | 7. .... g) No ve?               | 10. .... j) Ninguno |
| 2. .... b) Yaaa      | 5. .... e) Ay che  | 8. .... h) Cascar               |                     |
| 3. .... c) Ucha      | 6. .... f) Aysitos | 9. .... i) Todos los anteriores |                     |

21. Envías SMS a través de:

1. .... a) Telefonía      2. .... b) *Chat*      3. .... c) Ambos

#### III. Área de motivos en el uso de las aglutinaciones léxicas

22. Consideras que los motivos que inducen a los jóvenes universitarios al uso de las aglutinaciones léxicas en la telefonía móvil se deben a:

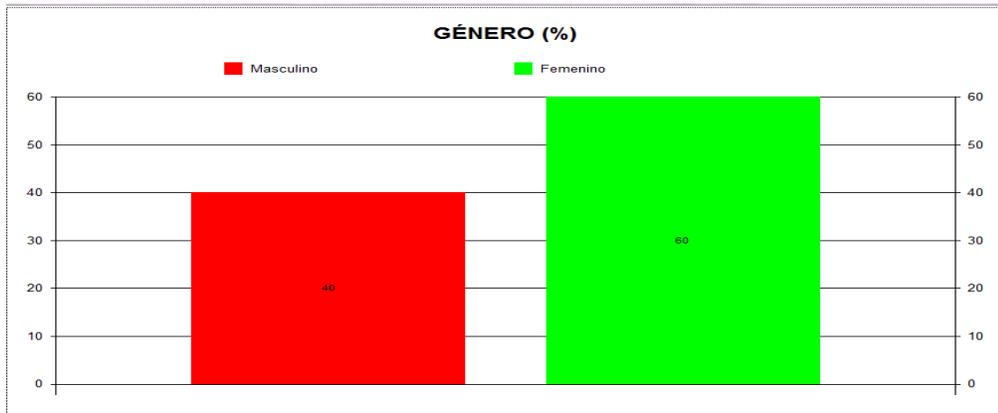
- |   |                                 |                  |
|---|---------------------------------|------------------|
| 1. .... a) Economía de crédito telefónico | 4. .... d) Interactividad       | 7. .... h) Otros |
| 2. .... b) Identificación visual          | 5. .... e) Identidad juvenil    |                  |
| 3. .... c) Nueva escritura de moda        | 6. .... f) Todas las anteriores |                  |

#### IV. Área de funciones en el uso de las aglutinaciones léxicas



Los resultados obtenidos del análisis de dicha encuesta son los siguientes:

**Gráfico Nro. 1 : Encuestados por género**

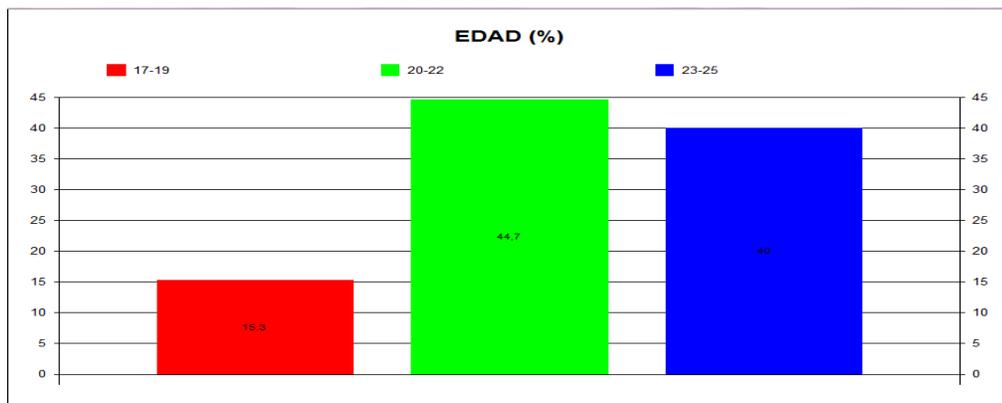


Fuente: Elaboración propia

Género	Total	
	Frecuencia	%
Masculino	60	40,0
Femenino	90	60,0
Total	150	150

De 150 universitarios encuestado/as, el 40,00% es de género masculino y el 60,00% de género femenino.

**Gráfico Nro. 2 : Encuestados por edad**

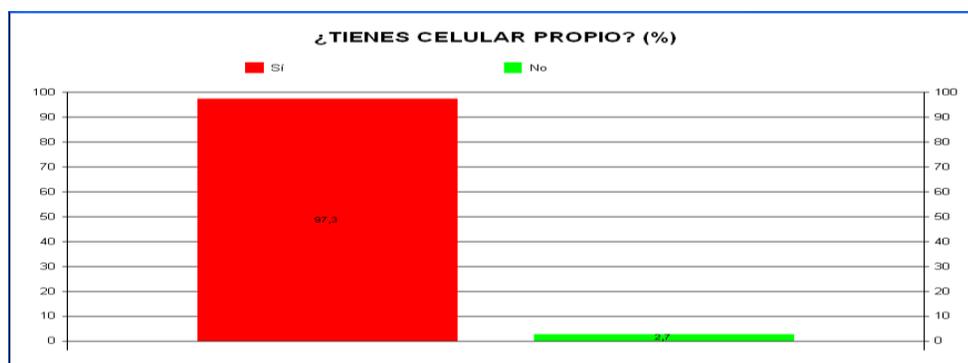


Fuente: Elaboración propia

Edad	Total	
	frecuencia	%
17-19	23	15,3
20-22	67	44,7
23-25	60	40,0
Total	150	150

El 44,7% tiene 20 a 22 años que pertenece a segundo y tercer año; de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social, el 40,0% tiene 23 a 25 años universitarios que pertenecen al cuarto y quinto año de carrera. El 15,3% ciento de los encuestados tiene 17 a 19 años, y pertenecen a primer año.

**Gráfico Nro. 3**

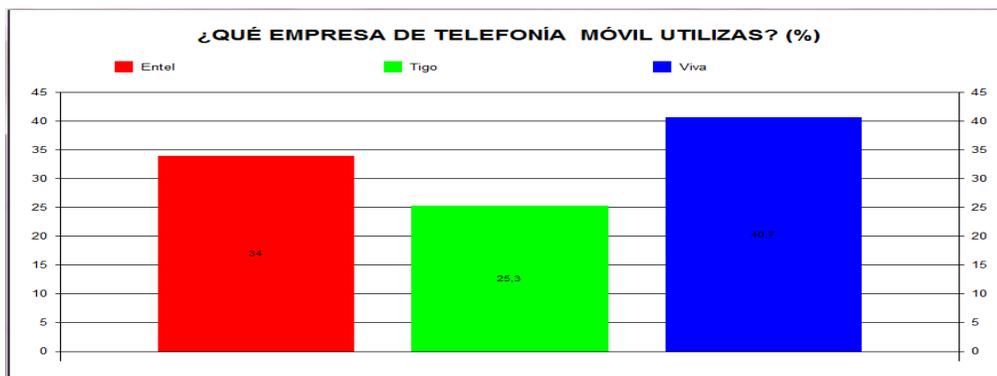


**Fuente:** Elaboración propia

¿Tienes celular propio?	Total	
	Frecuencia	%
Si	146	97,3
No	4	2,7
Total	150	150

La mayoría de los jóvenes universitarios tiene celular propio, un 97,3% como el porcentaje lo indica y el 2,7% no tiene celular.

Gráfico Nro. 4

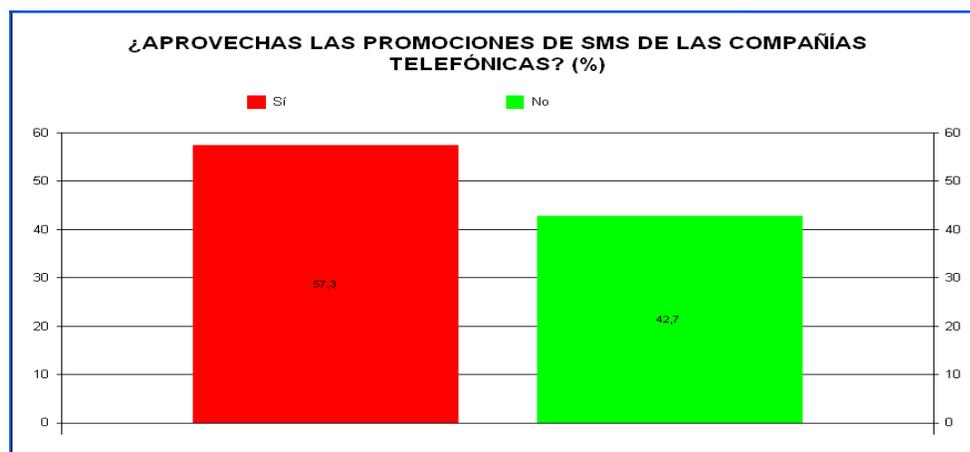


Fuente: Elaboración propia

¿Qué empresa de telefonía móvil utilizas?	Total	
	frecuencia	%
Entel	51	34,0
Tigo	38	25,3
Viva	40	40,7
Total	150	150

El 40,7% de los encuestados dice que corresponden a la empresa de Viva. El 34% los censados indicó que pertenece a la empresa de telefonía móvil de Entel y el 25,3% señala que pertenece a la empresa de Tigo.

Gráfico Nro. 5

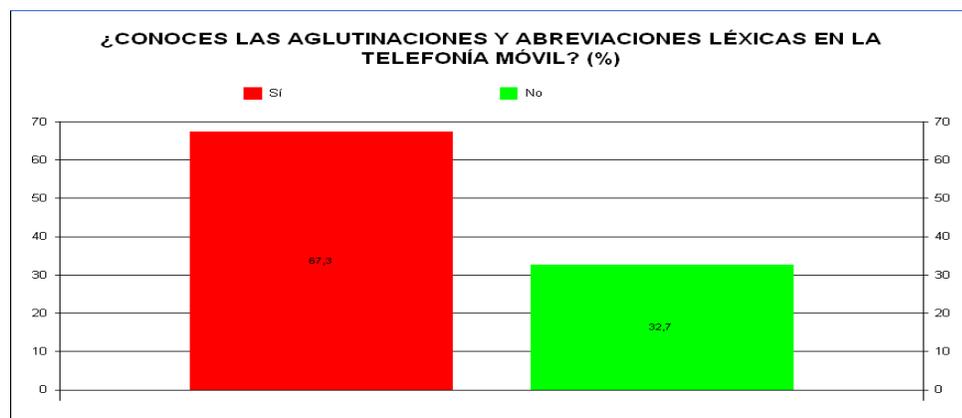


Fuente: elaboración propia

¿Aprovechas las promociones de SMS de las compañías telefónicas?	Total	
	frecuencia	%
Sí	86	57,3
No	64	42,7
Total	150	150

En su gran mayoría, los censados manifestaron una visión positiva sobre el aprovechamiento de las promociones de SMS de las compañías telefónicas. El 57,3% indicó una visión positiva acerca de las promociones de SMS y el 42,7% tiene una mirada negativa hacia las promociones de las compañías telefónicas.

**Gráfico Nro. 6**

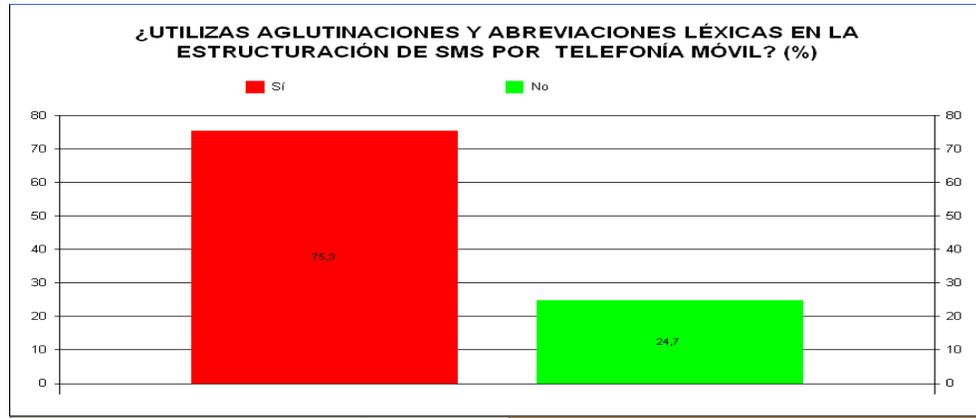


**Fuente:** Elaboración propia

¿Conoces las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la telefonía móvil?	Total	
	frecuencia	%
Sí	101	67,3
No	49	32,7
Total	150	150

El 67,3% de los encuestados manifestaron una perspectiva positiva sobre el conocimiento de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la telefonía móvil. El 32,7% tiene una visión negativa afirmando no conocer este sistema de comunicación en los móviles.

Gráfico Nro. 7



Fuente: Elaboración propia

¿Utilizas aglutinaciones y abreviaciones léxicas en la estructuración de SMS en la telefonía móvil?	Total	
	frecuencia	%
Sí	113	75,3
No	37	24,7
Total	150	150

A tenor de estos datos quedan aclaradas las dudas sobre la aceptación mayoritaria de los jóvenes universitarios en cuanto al uso de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas al enviar mensajes representados por el 75,3%. Sólo un 24,7% indicaron que no usan esta nueva técnica de comunicación en la estructuración de SMS en la telefonía móvil.

Gráfico Nro. 8



Fuente: Elaboración propia

¿Consideras que las aglutinaciones léxicas deben ser reconocibles para leerlas y comprenderlas?	Total	
	frecuencia	%
Sí	131	87,3
No	19	12,7
Total	150	150

El 87,3% la mayoría de los jóvenes universitarios, expresaron un punto de vista positivo, considerando que las aglutinaciones y abreviaciones léxicas deben ser reconocibles para leerlas y comprenderlas; el 12,7% de los universitarios manifestó una perspectiva negativa hacia el reconocimiento y comprensión de las abreviaciones.

Gráfico Nro. 9

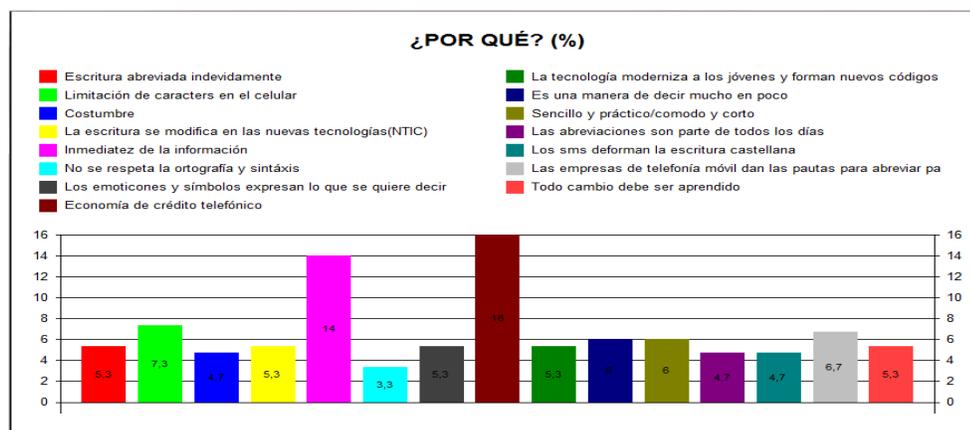


Fuente: Elaboración propia

¿Crees que la escritura de los jóvenes está siendo modificada por el uso de SMS de la telefonía móvil?	Total	
	frecuencia	%
Sí	126	84,0
No	24	16,0
Total	150	150

Los datos demostraron una frecuencia muy elevada; el 84,0%, de los censados creen que la escritura de los jóvenes está siendo modificada por el uso de SMS de la telefonía móvil, y el 16,0%, considera que la escritura no se modifica.

Gráfico Nro. 10



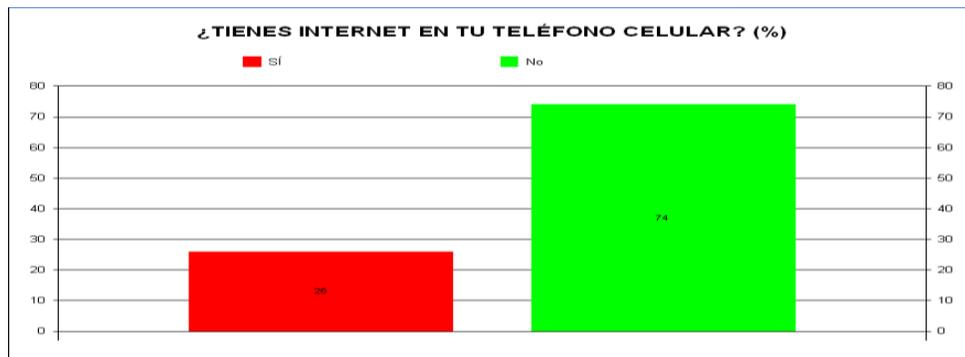
Fuente: Elaboración propia

¿Crees que la escritura de los jóvenes está siendo modificada por el uso de SMS en la telefonía móvil? ¿Por qué?	Total	
	frecuencia	
Escritura abreviada indebidamente	8	5,3
Limitación de caracteres en el celular	11	7,3
Costumbre	7	4,7
La escritura se modifica en la comunicación mediada por las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (NTIC)	8	5,3
Inmediatez de la información	21	14,0
No se respeta ortografía ni sintaxis	5	3,3
Los emoticones y símbolos expresan lo que se quiere decir	8	5,3
Economía de crédito telefónico	24	16,0
La tecnología moderniza a los jóvenes y forman nuevos códigos	8	5,3
Es una manera de decir mucho en poco	9	6,0
Sencillo y práctico/cómodo y corto	9	6,0
Las aglutinaciones léxicas son parte de todos los días	7	4,7
Los SMS deforman la escritura castellana	7	4,7
Las empresas de telefonía móvil dan las pautas para abreviar palabras	10	6,7
Todo cambio en las tecnologías debe ser aprendido	8	5,3
Total	150	150

El 16,0% de los jóvenes encuestados respondieron por la economía de crédito telefónico; el 14,0%, por la inmediatez de la información; el 7,3%, por que existe limitación de caracteres en el celular; el 6,7%, señaló que la escritura cambia porque las empresas de telefonía móvil dan las pautas para abreviar palabras; el 6,0% dijeron que es una manera de decir mucho en poco; el 6,0%, consideró que la escritura se modifica porque es sencillo y práctico/cómodo y corto; el 5,3%, que la escritura se modifica porque se realiza una escritura indebidamente en informes serios; el 5,3%, señaló que

la escritura se modifica en la comunicación mediada por las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (NTIC). El 5,3%, que los emoticones y símbolos expresan lo que se quiere decir; el 5,3%, que la tecnología moderniza a los jóvenes y forman nuevos códigos; el 5,3%, de los universitarios consideraron que todo cambio en las tecnologías debe ser aprendido; el 4,7%, por costumbre; el 4,7%, indicaron que las aglutinaciones léxicas son parte de todos los días; el 4,7%, que los SMS deforman la escritura castellana y, por último; el 3,3%, opina que no se respeta la ortografía y la sintaxis.

**Gráfico Nro. 11**

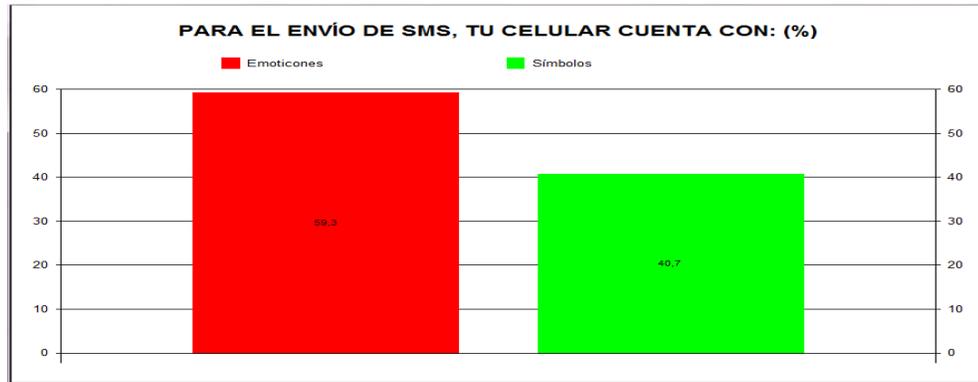


**Fuente:** Elaboración propia

¿Tienes Internet en tu teléfono celular?	Total	
	frecuencia	%
Sí	39	26,0
No	111	74,0
Total	150	150

Con respecto a la conexión de Internet en el teléfono celular del universitario encuestado, el 26,0%, de los jóvenes sí contaba con este servicio en su celular; el 74,0%, la misma es una frecuencia elevada, señaló que no tenía con los servicios de Internet en su celular.

Gráfico Nro. 12

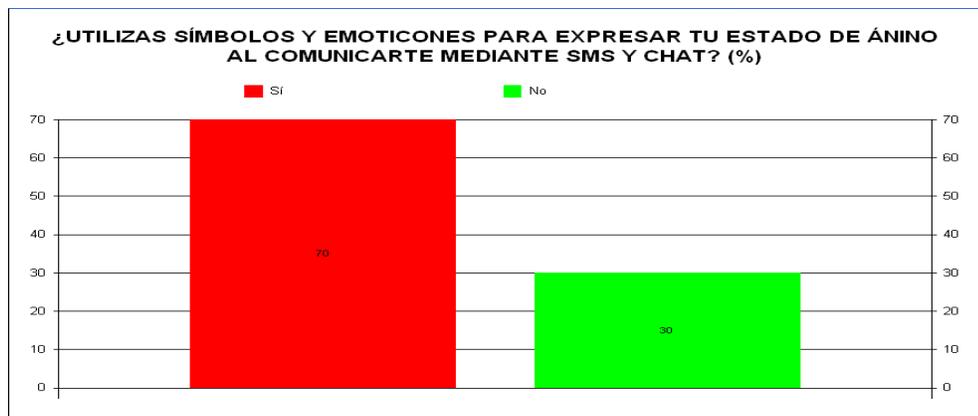


Fuente: Elaboración propia

Para el envío de SMS, tu celular cuenta con:	Total	
	frecuencia	%
Emoticones	89	59,3
Símbolos	61	40,7
Total	150	150

El 59,3% señaló que para el envío de sus mensajes de texto cuenta con emoticones (caritas con expresión) en su celular; el 40,7%, de los jóvenes universitarios indicó que sólo cuenta con símbolos para el envío de sus mensajes de texto por telefonía móvil.

Gráfico Nro. 13

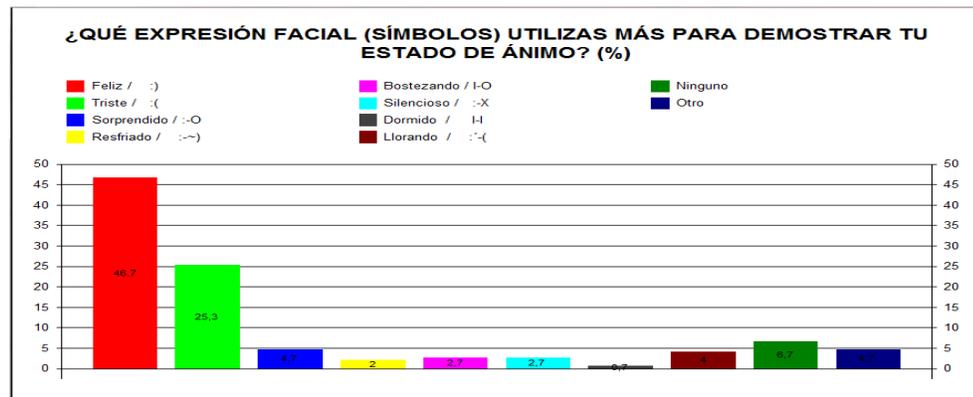


Fuente: Elaboración propia

¿Utilizas símbolos y emoticones para expresar tu estado de ánimo al comunicarte mediante SMS y chat?	Total	
	frecuencia	%
Sí	105	70,0
No	45	30,0
Total	150	150

El 70,0% de los jóvenes universitarios sí usa los símbolos y emoticones para expresar el estado de ánimo al comunicarse mediante SMS y chat y el 30,0%, mencionó que no realiza el uso de los símbolos y emoticones para comunicarse por SMS y chat.

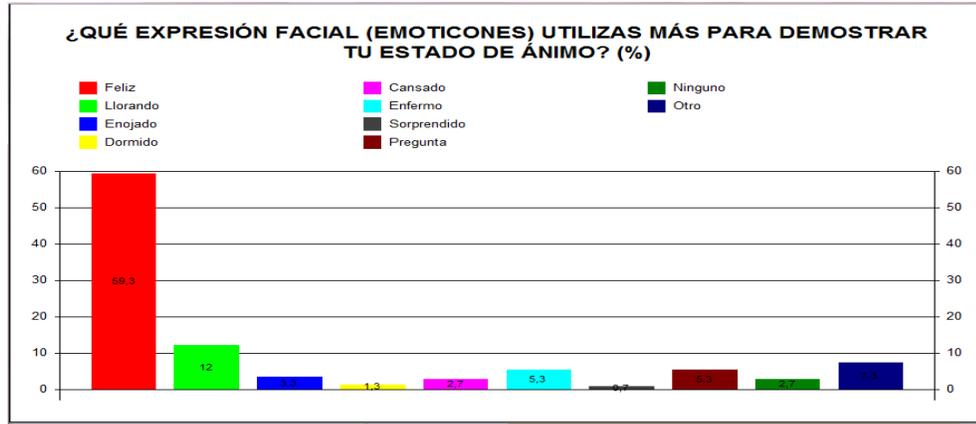
Gráfico Nro. 14



Fuente: Elaboración propia

El 46,7% de los jóvenes universitarios de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social utilizan el símbolo de la “carita feliz” ( :) ); para expresar su estado de ánimo; el 25,3%, expresa estar triste ( :( ); el 6,7% no utiliza ningún símbolo para demostrar su estado de ánimo el 4,7%, sorprendido ( :o ), el 4,7 %, dormido ( I-I); el 2,7%, bostezando ( :O ); el 2,7% silencioso ( :X ); el 4% señala que usa el símbolo de la “carita llorando” ( :( ); y el 4,7%, hace uso de otros símbolos y el 2%, resfriado ( :~)).

Gráfico Nro. 15

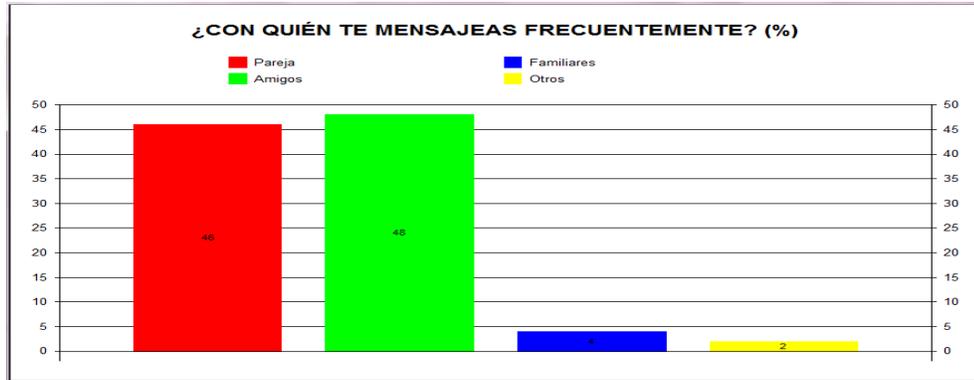


Fuente: Elaboración propia

¿Qué expresión facial (emoticones) utilizas más para demostrar tu estado de ánimo?	Total	
	frecuencia	%
Feliz 😊	89	59,3
Llorando 😭	18	12
Enojado 😡	5	3,3
Dormido 😴	2	1,3
Cansado 😫	4	2,7
Enfermo 🤒	8	5,3
Sorprendido 🤪	1	0,7
Pregunta 🤔	8	5,3
Ninguno	4	24,0
Otro	11	7,3
Total	150	150

El 59,3% de los jóvenes universitarios encuestados indicaron que expresan su estado de ánimo con un emoticón “feliz 😊”, el 4% dice que no realiza ningún uso de los emoticones, el 5,3% expresa que está enfermo 🤒, el 5,3 % pregunta 🤔, 12% llorando 😭, el 3,3% indicó que está enojado 😡, el 2,7% cansado 😫, el 1,3% dormido 😴 y el 0,7% sorprendido 🤪.

Gráfico Nro. 16

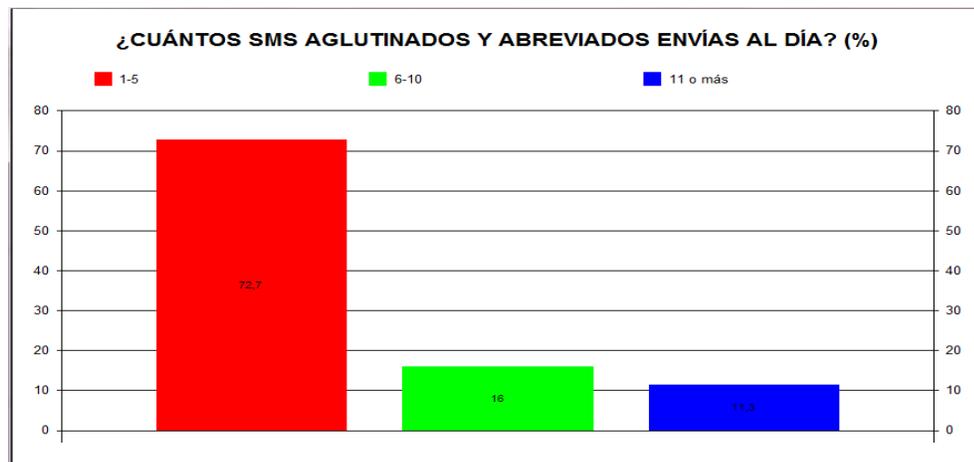


Fuente: Elaboración propia

¿ Con quién te mensajes frecuentemente?	Total	
	frecuencia	%
Pareja	69	46,0
Amigos	72	48,0
Familiares	6	4,0
Otros	3	2,0
Total	150	150

El 48,0% de los jóvenes señalaron que frecuentemente se mensaja con sus amigos; el 46,0%, de los encuestados aseguró que mensaja frecuentemente con su pareja; y el 4,0% con familiares y un 2,0% con otros.

Gráfico Nro. 17

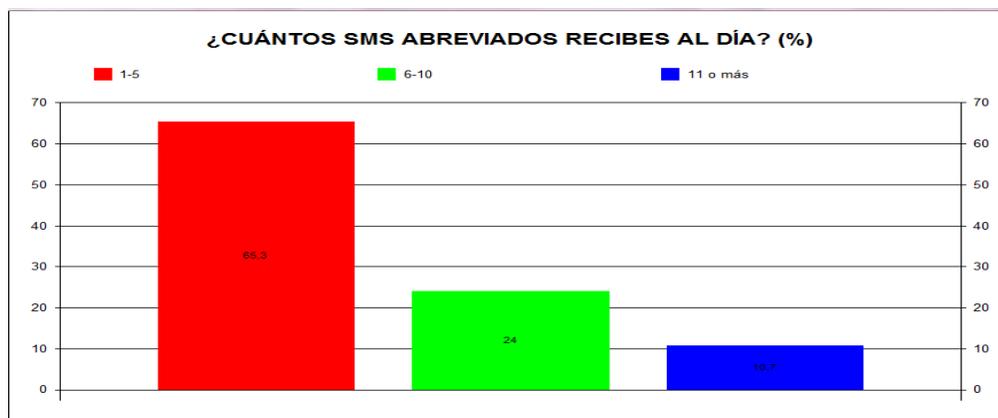


Fuente: Elaboración propia

¿Cuántos SMS abreviados envías al día?	Total	
	frecuencia	%
1-5	109	72,7
6-10	24	16,0
11 o más	17	11,3
Total	150	150

Con respecto a cuántos SMS abreviados envía el encuestado al día, la mayoría de los jóvenes contestó con el 72,7%, que envía de 1 a 5 mensajes; el 16,3% señaló que envía de 6 a 10 SMS y el 11,33% indicó envía de 11 o más mensajes de texto por telefonía móvil.

Gráfico Nro. 18

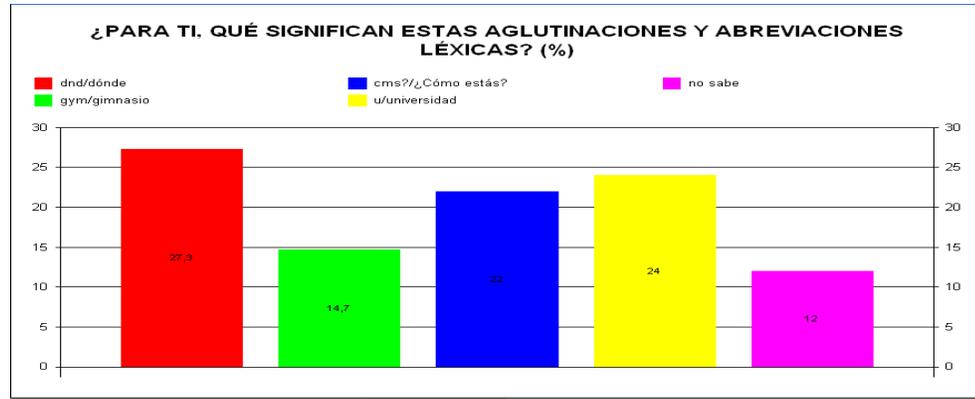


Fuente: Elaboración propia

¿Cuántos SMS abreviados recibes al día?	Total	
	frecuencia	%
1-5	98	65,3
6-10	24	16,0
11 o más	16	10,7
Total	150	150

Con relación a cuántos SMS abreviados recibe el encuestado al día, la mayoría de los jóvenes contestó con el 72,67%, que recibe de 1 a 5 mensajes; el 16% señaló que recibe de 6 a 10 SMS y el 11,33% recibe de 11 o más mensajes de texto por telefonía móvil al día.

Gráfico Nro. 19

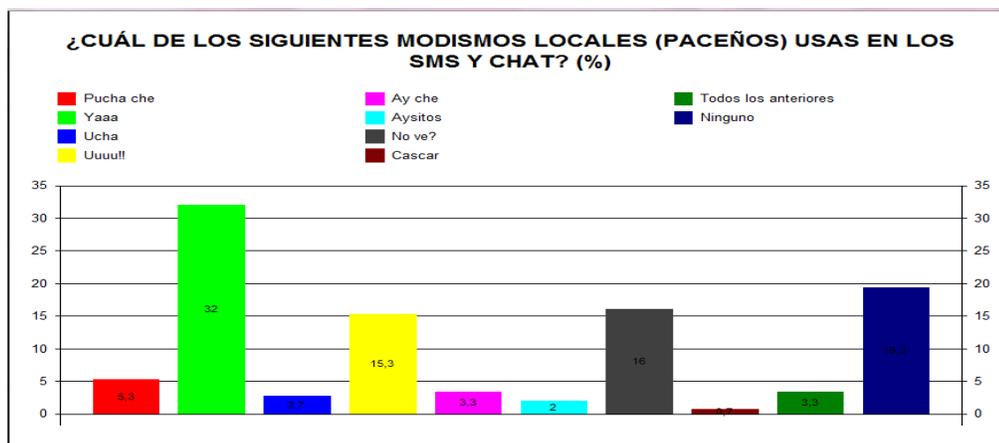


Fuente: Elaboración propia

¿Para ti qué significan estas abreviaciones?	Total	
	frecuencia	%
Dnd/ dónde	41	27,3
Gym/ gimnasio	22	14,7
Cms? ¿Cómo estás?	33	22,0
U/ universidad	36	24,0
No sabe	18	12,0
Total frecuencias	150	150

En la encuesta se pudo evidenciar que los jóvenes universitarios hacen uso de las aglutinaciones léxicas. Para el usuario, estas estructuras son comprendidas como interpretativas y, finalmente reconocibles y con significados. El 27,3% le asigna un significado a la abreviación “dnd” “dónde”; para el 24,0% de los jóvenes “u” significa universidad; el 22,0% “cms?” ¿Cómo estás?; el 14,7% “gym” gimnasio y el 12,0% no sabe los significados de las aglutinaciones léxicas.

Gráfico Nro. 20

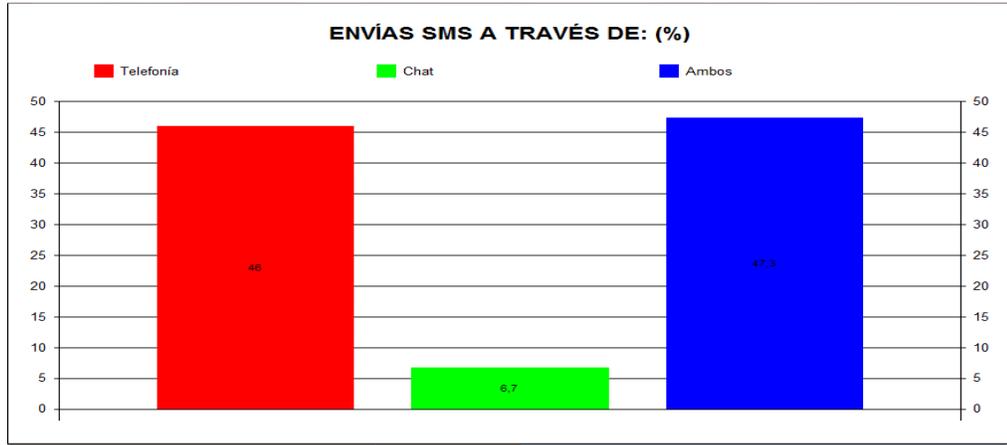


Fuente: Elaboración propia

¿Cuál de los siguientes modismos locales (paceños) usas en los SMS y chat?	Total	
	frecuencia	%
Pucha ché	8	5,3
Yaaa	48	32,0
Ucha	4	2,7
Uuu!!	23	15,3
Ay ché	5	3,3
Aysitos	3	2,0
No ve	24	16,0
Cascar	1	0,7
Todos los anteriores	5	3,3
Ninguno	29	19,3
Total	150	150

Los jóvenes utilizan varios modismos en esta investigación. Se menciona algunos de los modismos más utilizados en la ciudad de La Paz. El más alto porcentaje es del “yaaa” con el 32%; el 16% hace uso de “No ve”; el 19,3% señala que no usa ningún modismo local paceño; el 15,3% usa el modismo de “uuu!!”; el 5,3% indicó que utiliza el pucha “ché”; el 3,3% “ay ché”; el 3,3% emplea en sus SMS todos los anteriores y el 2,7% usa el “ucha”; el 2,% “aysitos” y, por último, el 0,7% usa el modismo “cascar”.

Gráfico Nro. 21

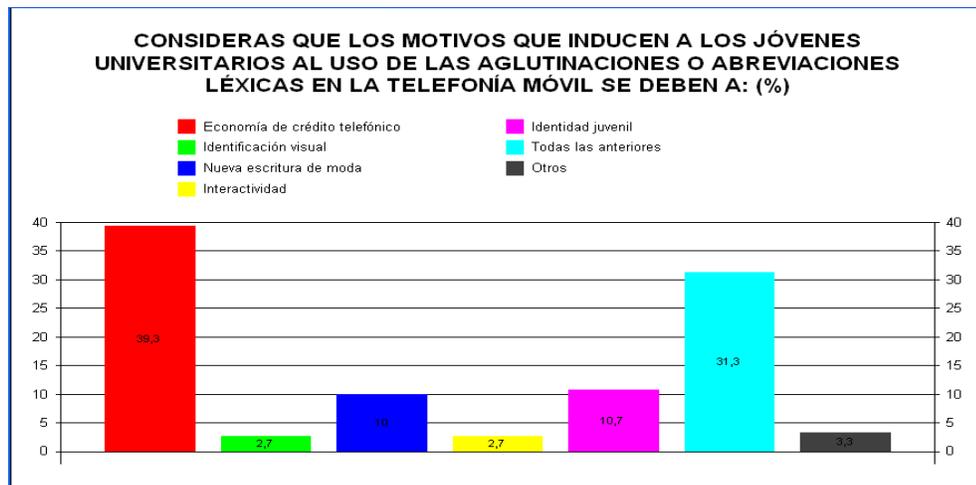


Fuente: Elaboración propia

Envías SMS a través de:	Total	
	frecuencia	%
Telefonía	69	46,0
Chat	10	6,7
Ambos	71	47,3
Total	150	150

El 47,33% envía SMS por ambos medios de comunicación; el 46% de los encuestados envía mensajes de texto a través de la telefonía móvil y el 6,67%, por medio de *chat*.

Gráfico Nro. 22

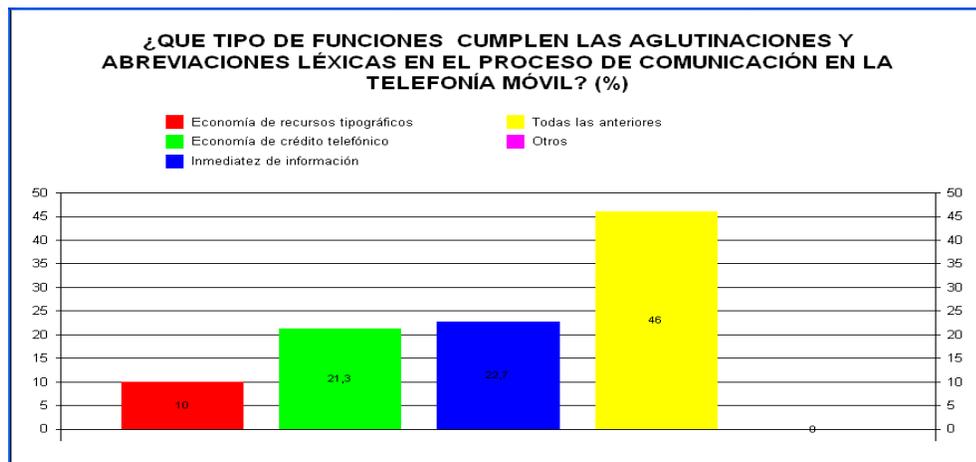


Fuente: Elaboración propia

Consideras que los motivos que inducen a los jóvenes universitarios al uso de las aglutinaciones léxicas en la telefonía móvil se deben a:	Total	
	frecuencia	%
Economía de crédito telefónico	59	39,3
Identificación visual	4	2,7
Nueva escritura de moda	15	10,0
Interactividad	4	2,7
Identidad juvenil	16	10,7
Todas las anteriores	47	31,3
Otros	5	3,3
Total	150	150

En esta investigación se identificó los motivos que inducen a la juventud al uso de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas; el 39,3% indicó que le induce la economía de crédito telefónico; el 31,3% expresó que son todas las anteriores que le inducen a escribir con abreviaciones; el 10,7% de los encuestados consideró que es una identidad juvenil; 10% señaló que es una nueva escritura de moda; el 3,3% consideró que son otros los motivos que incitan al uso de aglutinaciones y abreviaciones léxicas; el 2,7% mencionó que le incita la identificación visual y el 2,7% indicó que es por interactividad.

Gráfico Nro. 23

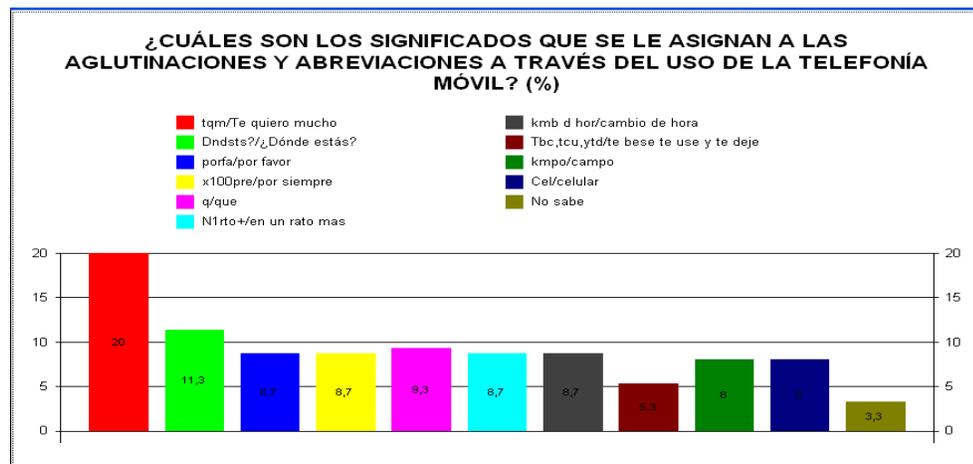


Fuente: Elaboración propia

¿Qué tipo de funciones cumplen las aglutinaciones y abreviaciones léxicas de texto en el envío de SMS en la telefonía móvil?	Total	
	frecuencia	%
Economía de recursos tipográficos	15	10,0
Economía de crédito telefónico	32	21,3
Inmediatez de la información	34	22,7
Todas las anteriores	69	46,0
Otros	0	0,0
Total	150	150

Se identifica como funciones a las siguientes respuestas de los encuestados; el 46% expresan que todas las anteriores; el 22,7% inmediatez de información; el 21,3% economía de crédito telefónico; el 10% de los jóvenes indican que las aglutinaciones y abreviaciones léxicas tienen la función de economizar los recursos tipográficos y “Otras funciones” no tuvo adherencias.

Gráfico Nro. 24

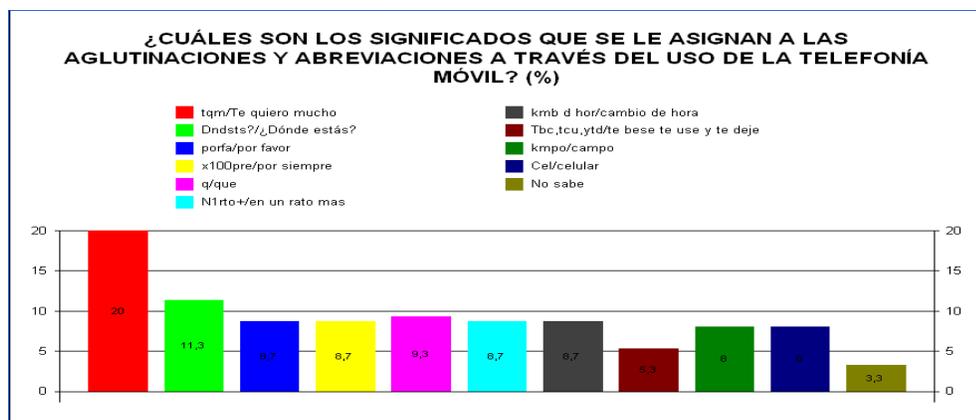


Fuente: Elaboración propia

¿Cuáles son los significados que se le asignan a los símbolos y emoticones a través del uso de la telefonía móvil?	Total	
	frecuencia	%
Feliz	30	20,00
Triste	17	11,33
Sacando lengua	13	8,67
Giño	13	8,67
Grito	14	9,33
Fiesta cumpleaños	13	8,67
Padre de iglesia	13	8,67
Papanoel	8	5,33
Rosa o flor	12	8,00
Lentes	12	8,00
No sabe	5	3,33
Total	150	150

Los jóvenes universitarios de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés reconocieron los símbolos y emoticones y les dan su respectivo significado. El 20% lo identificó como feliz (😊) a este emoticón; el 11% (☹) lo identifica como “triste”; el 8,7% (😏) “guiño”; el 8,7% ( : ) / ) “sacando su lengua”; el 9,3% ( :-@ ) “grito”; el 8,6% ( \* < : ) ) “fiesta de cumpleaños”; el 8,7% ( + - : - ) lo identificó como “padre de iglesia”; el 5,3% ( \* < I : o > ) le dan el significado de “Papanoel”; el 8% ( @ - - > - - ) señaló que es una “rosa o flor”; el 8,7% ( @ \_ @ ) lo asemejó como lentes y el 8% no sabe el significado de los emoticones y signos.

Gráfico Nro. 25



Fuente: Elaboración propia

¿Cuáles son los significados que se le asignan a las aglutinaciones y abreviaciones léxicas a través del uso de la telefonía móvil?	Total	
	frecuencia	%
Tqm/ te quiero mucho	30	20,0
sts?/ ¿dóndeestás?	17	11,3
X fa /por favor	13	8,7
X 100 pre/por siempre	13	8,7
Q / que	14	9,3
N l rto+/ en un rato mas	13	8,7
Kmb de Hor/ cambio de hora	13	8,7
Tbc,tuc,t dj/ te besé, te usé, te dejé	8	5,3
Kampo/ campo	12	8,0
Cel / celular	12	8,0
No sabe	5	3,3
Total	150	150

El 3,3% no sabe el significado de las aglutinaciones y abreviaciones léxicas; el 5,3% reconoció esta aglutinación léxica “tbc, tuc, tdj” como te besé ,te usé y te dejé; el 8,0% reconoce la abreviación léxica “kmpo” y le da el significado de “campo”; el 8,7% le da el significado a esta unión de palabras “xfa” y lo asimila como “por favor”; de igual forma el 8,7% “x100mpre” por siempre; el 8,7% de los jóvenes escribe con signos y números “n 1rto+” y le dan el significado “en un rato más”; el 8,7% “kmb d hor”, que significa “cambio de hora”; el 9,3% respondió que esta abreviación “q”; significa “que”, el 8,0% de los jóvenes le da su significado a esta abreviación muy común “cel” “celular”; el 11,3% de los universitarios señala que “dndsts” significa “donde estás”; en la última abreviación, 20,0% de los encuestados indicó que esta aglutinación léxica “tqm” significa “te quiero mucho”.