



Buen Idioma

23 NOVIEMBRE 2021
Año II | Núm. 7

Publicación trimestral en
defensa de la lengua

Síguenos en
@Buen_Idioma:





LA COLUMNA EDITORIAL

Al uso del español actual, sobre todo en Internet, está dedicada esta séptima edición de la revista. En la red de redes se define también el futuro de nuestro idioma. Como señalara la académica cubana, Nuria Gregori, «no es admisible, de ningún modo, el descuido en el uso de la lengua», a lo que hoy agregaríamos: ni siquiera en los sitios de redes sociales. Tanto es así que las siguientes páginas se acercan, mediante recomendaciones lingüísticas, al empleo adecuado de las etiquetas, los emojis y los emoticones. Como es habitual, no faltará el espacio dedicado a los memes y a la poesía. Asimismo, los lectores podrán conocer qué es el *Diccionario del español total*, cuál es la opinión de algunos expertos sobre la escritura en los medios digitales y cómo esto ha impactado la manera en que nos comunicamos. Que los trabajos que te proponemos sean un pretexto para la reflexión y el debate oportunos.

CRISTIAN MARTÍNEZ GONZÁLEZ,
el director

COLABORADORES

Camilo Álvarez González
Bismark Claro Brito
Ana Alina Concepción Martínez
Cynthia Cordero Hernández
Harold W. Fernández Justiz
Laura López Montoto
Marco Antonio Mitjans González
Daniela Obrador de Armas
Christian Serafín Jiménez
Lyanet Toro Navarro

CORRECCIÓN

José Fernández Díaz

Foto de portada y contraportada:
Pixabay

Edición Núm. 7
(octubre, noviembre, diciembre/2021)

Síguenos también en nuestro blog:
www.blogbuenidioma.blogspot.com



Ortografía

04

CRONISTA DEL ESPAÑOL

Pensar con 'sticker'

05

EN DEFENSA DE LA LENGUA

Tu escritura es parte de tu apariencia

06

EL OTEADOR DE LA HISTORIA

De los jeroglíficos a los emojis

09

IDIOMA.COM

«Diccionario del español total»

11

VACUNA ORTOGRÁFICA

¿Mi 'crush' o mi amor platónico?

15

SE HABLA ESPAÑOL

Palabras que no son nuestras

17

LIBROS PARA CULTIVARSE

«Escribir en internet. Guía para los nuevos medios...»

18

EL LENGUAJE EN TIEMPOS DE INTERNET

Entrevista al Dr. C. Miguel Ernesto Gómez Masjuán

20

PALABREANDO

De tendencias e inclusiones

21

FORTUNA DEL POETA

«Poema a la ortografía»

22

LA LETRA CON RISA

El profesor don Pardino

Pensar con 'sticker'

POR DANIELA OBRADOR DE ARMAS,
estudiante de Periodismo. Universidad de La Habana



CRONISTA DEL ESPAÑOL

¿Nunca has escuchado la frase «como el meme»? Estaba reunida con mis amigos después de mucho tiempo cuando la escuché por primera vez. En ese instante me di cuenta de que muchas cuestiones habían cambiado, no solo por el uso del nasobuco o por el toque de queda: nuestra forma de comunicarnos era diferente.

Tanto tiempo utilizando las redes sociales y aplicaciones de mensajería como principal vía de comunicación nos hizo ceder a su lenguaje. Los memes, *stickers** y emojis poco a poco se fueron convirtiendo en la representación de emociones. De repente me encuentro haciendo gestos o diciendo frases hechas para explicar una idea. Creo que estoy perdiendo facultades, hasta cuando escribo estas palabras me gustaría poner *jajaja* para hacer entender un chiste.

Vivo con el miedo constante de equivocarme a la hora de escribir, porque cada vez nos vamos familiarizando más con palabras que presentan faltas de orto-

grafía. Nuestra hermosa lengua se va tornando facilista y grosera. Cómplices todos de forma inconsciente, sin malas intenciones, estamos contribuyendo al mal uso del español.

No puedo recordar muy bien cómo era todo hace dos años; cuando lo intento se ve impreciso y alocado, como en un sueño. La forma en la que actúo y pienso ha cambiado. Me cuesta socializar con personas nuevas y entablar una conversación después de «¿Cómo estás?».

Añoro las largas charlas junto a un café al aire libre, sin emojis de por medio ni amigos solo de WhatsApp que no me conocen ni conozco sus voces. Todo esto me hace extrañar lo que parece un sueño del ayer...

**Sticker*. alude tanto a los pequeños adhesivos que llevan impreso un texto o una imagen como, últimamente, a los pequeños dibujos que ilustran los mensajes en algunas redes sociales. En español se sugiere usar las voces *pegatina* o *calcomanía*.



EN DEFENSA DE LA LENGUA

Tu escritura es parte de tu apariencia

POR HAROLD W. FERNÁNDEZ JUSTIZ,
estudiante de Letras. Universidad de La Habana

El nacimiento de Internet y, específicamente, de las redes sociales ha traído consigo un nuevo lenguaje: el lenguaje chat o ciberlenguaje. Se trata de un uso indiscriminado de palabras y frases para que un mensaje resulte más rápido, corto y simple, lo cual lo acerca más a la oralidad que a la escritura, a pesar de ser un lenguaje escrito. Se caracteriza por ser un lenguaje en el que solo importa el mensaje transmitido y no la forma, ¡nada de ortografía ni de leyes morfosintácticas! Debido a esto, lo habitual es encontrarnos con cambios en la escritura normativa de las palabras, es decir, se producen fenómenos lingüísticos. Los más comunes se dan por omisión, adición o intercambio de letras; añadidura de símbolos y emoticones y hasta préstamos lingüísticos.

Entre los fenómenos más utilizados se encuentran los siguientes: aféresis, o sea, eliminación de fonemas, letras o sílabas al principio de una palabra, frase o locución;

síncopa si se producen en el interior y apócope si suceden al final. Así, encontramos *pera* por *espera*, *entrat* por *entérate*, *bb* por *bebe* o *bebé*. Igualmente frecuente son la prótesis, epéntesis y paragoge, cuya diferencia con las anteriores figuras estriba en la adición de partículas al principio, en el interior o al final, respectivamente; estas añadiduras suelen ir acompañadas de sustituciones de letras. Ejemplo de ello serían *xxhat* por *chat*, *papas-hito* por *papacito*, *tixxa* por *tiza*. Dentro del universo virtual también existen abreviaciones y siglas, por lo general de frases, como *X2*, en lugar de *por dos*, usada para secundar una idea, y *OMG*, del préstamo inglés *Oh my God*.

Existe una gran controversia alrededor de este lenguaje. Para algunos es involución y empobrecimiento cultural, y desconocimiento del idioma y sus leyes; para otros es una herramienta nacida de la necesidad de síntesis y rapidez, como tomar notas, enviar mensajes de pago, escribir en plataformas con límite de caracteres, como Twitter.

Particularmente, y sin ánimo de parecer purista, la manera que tenemos de escribir refleja más de nuestra personalidad de lo que creemos: es identidad, sensibilidad, respeto por un público, aptitud para desempeñar cargos, cultura del detalle; es parte de la imagen que creamos y damos a los demás. Tu escritura es parte de tu apariencia.



Foto: Freepik

DE LOS JEROGLÍFICOS

a los emojis

Los egipcios y otros pueblos antiguos no representaban las palabras mediante signos fonéticos o alfabéticos, sino con figuras o símbolos llamados jeroglíficos. El lenguaje, como resultado del lento proceso de evolución vivido por la humanidad durante miles de siglos, permitió desarrollar los sistemas anatómicos para lograr la emisión de la voz o de la palabra, a la par de la estimulación de diferentes áreas cerebrales, cuya misión era —y aún sigue siendo— captar los complejos procesos comunicativos.

En cambio, la escritura, tal y como la define el *Diccionario de la lengua española*, es un 'sistema de signos utilizado para escribir'. Esta, que llegó mucho más tarde a la historia del género humano, a diferencia del lenguaje, no surge como resultado de la evolución. Así, es frecuente encontrar lenguas ágrafas, o sea, lenguas en las que únicamente se habla, pues no cuentan con

un sistema de escritura y, por tanto, en ellas solo existe la comunicación por medio de sonidos.

A lo largo de los años, para representar sobre un soporte estable los mensajes y los textos, las formas han sido muy diversas. Durante milenios la humanidad vivió sin escritura. Su aparición constituyó, como consta en la *Ortografía de la lengua española*, «el hito que marca tradicionalmente el límite entre la prehistoria y la historia». Esta misma obra académica indica que «existen tres sistemas básicos de escritura, según sea el elemento lingüístico tomado como base para la representación escrita: el ideográfico, el silábico y el alfabético».

Mediante los llamados ideogramas, es decir, imágenes convencionales o símbolos que representan un ser o una idea, pero no palabras o frases fijas que los signifiquen, las lenguas también tienen una forma de expresión. Pese a que no existe ninguna



POR MAGO
FOTOS: Pixabay

lengua que use un sistema ideográfico puro de escritura, la china es un buen ejemplo de lengua actual que cuenta con una escritura de base ideográfica. El español, por ejemplo, emplea símbolos y cifras numéricas que, aunque en rigor no son ideogramas, sí sirven para representar conceptos, no las palabras en sí.

Hoy en día, la lengua oficial de Etiopía, el amárico, al igual que el japonés —que utiliza un sistema mixto de tipo ideográfico-silábico—, son dos claros ejemplos para ilustrar cómo perviven lenguas que utilizan silabarios para su representación escrita. Por otra parte, en los orígenes de la escritura alfabética se encuentra, sin duda, el alfabeto semítico, sobre todo el usado por los fenicios.

El alfabeto fenicio estaba compuesto por veintidós sig-

nos. En él está la génesis de los principales alfabetos actuales, a saber: el griego (de este se derivan el latino y el cirílico), el hebreo y el árabe (proviene de la antigua escritura aramea). De las dos variantes del alfabeto griego, una de ellas, la occidental, sirvió de base para el alfabeto etrusco, fuente, a su vez, del alfabeto latino, en el que se inscriben las lenguas románicas —como el español—, las germánicas y una parte de las eslavas.

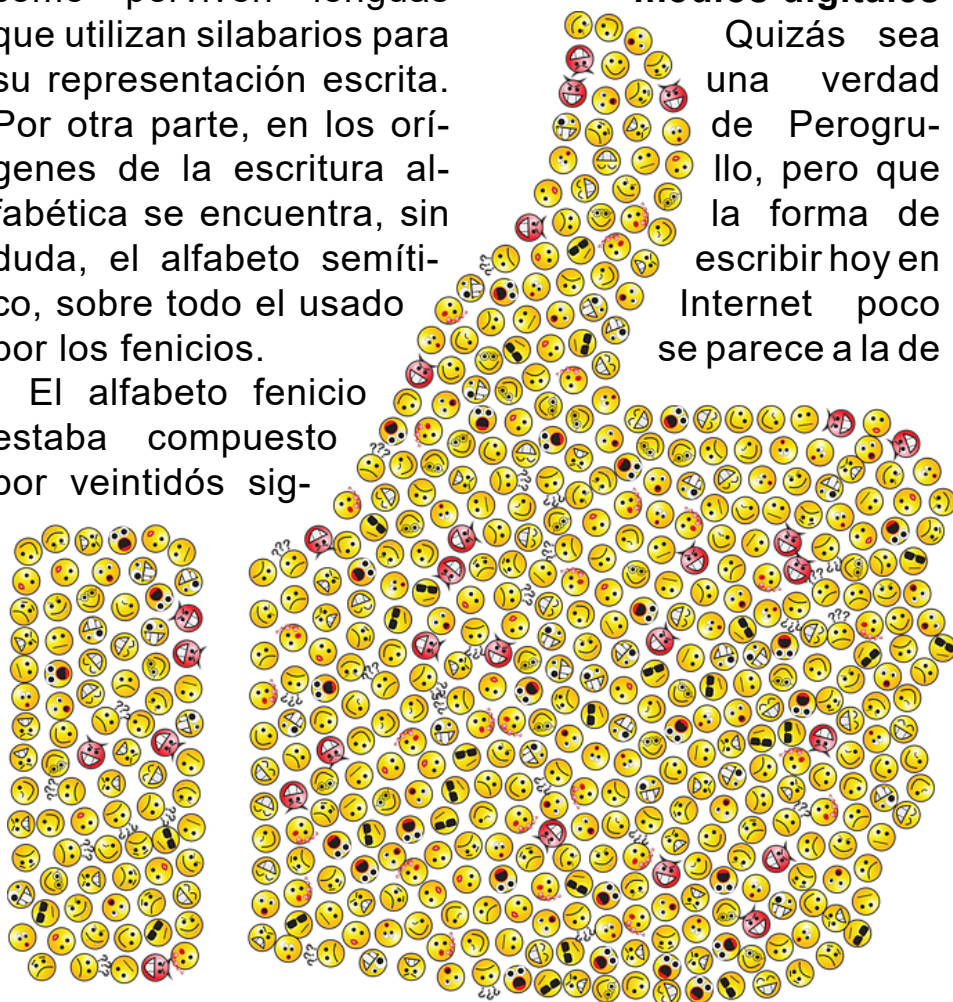
Elementos característicos de los medios digitales

Quizás sea una verdad de Perogrullo, pero que la forma de escribir hoy en Internet poco se parece a la de

hace quince años, nos sirve de pretexto para recordar que el empleo de los emoticones y emojis ha revolucionado la forma de expresarnos en los medios digitales. Aunque en rigor *emotición* (más usado en América, o *emoticono*, preferido en España) y *emoji* no significan lo mismo, ya el *Diccionario académico* los da como sinónimos desde 2020, pues el pueblo en general no distingue unos de otros.

Emoji proviene del japonés *emoji*, y este de *e* ‘dibujo’ y *moji* ‘carácter, signo de escritura’. En español, lo apropiado es que se pronuncie [emóji]. Sin embargo, se documenta la grafía *emoyi*, adaptación de *emoji* correspondiente a la pronunciación [emóyi], también válida. Puesto que muchos hispanohablantes pronuncian ya este extranjerismo con adaptación fonética —esto es, [emóji], que resulta una vía de acomodación más fácil que la de la adaptación gráfica *emoyi*— se prefiere la adaptación *emoji*, como señala el *Observatorio de palabras*, de la Real Academia Española (RAE).

Seguidamente, ofrecemos algunas recomendaciones lingüísticas extraídas del *Libro de estilo de*



la lengua española, de la RAE, institución que en 2018 publicó esta primera obra académica con un apartado exclusivamente para la escritura y la comunicación digital:

- Los emojis deben ir separados por un espacio de las palabras.

- Se recomienda respetar los signos de puntuación que se emplearían si no se utilizaran los emojis.

- Cuando se colocan varios emojis seguidos no es necesario separarlos por comas. Sin embargo, si sustituyen piezas léxicas, sí deben escribirse los signos que se usarían normalmente.

- Si el emoji no sustituye ninguna palabra, lo adecuado es escribir mayúscula inicial.

- Si el emoji afecta a una parte de la oración, el punto final debe colocarse detrás de este. Si afecta a

Ejemplos de uso de emojis:



¡👏, Ana!



😊 nació ayer.



😭 ¿Y qué tal?

Todo muy bien. 😊

¡Qué alegría! 😄😄😄

Sí 😊. Estamos muy contentos.



❤️ Ahora a disfrutar.



Y a 😴.

¡Claro 😂! Eso también.



Muchos 😍😍😍.



😍😍😍

toda la oración, lo apropiado es que se escriba después del punto.

- Si hay otro enunciado tras aquel al que modifica el emoji o el emoticono, es preferible situarlo delante del signo de cierre, para que no parezca

que modifica al enunciado siguiente.

- Si el emoticono o emoji se usa como único elemento del mensaje, no es necesario cerrarlo con punto.

Por último, como un guiño a la reflexión, recordamos que estas nuevas formas comunicativas —así ha explicado la RAE— son admisibles en contextos informales o de carácter privado, pero no en un documento institucional o formal. Así, siempre se debe procurar que su empleo no empobrezca el uso de la lengua.





Diccionario del español total

POR LYANET TORO NAVARRO,
estudiante del Instituto Superior de Diseño. La Habana

Entre las propuestas que existen hoy día sobre la búsqueda de información acerca del idioma, llega a nuestras manos, por medio de Internet, un diccionario digital que pretende recoger la mayor cantidad posible de vocablos y expresiones, sin importar el origen del que provengan, desde las más actuales hasta aquellas más arcaicas...: se trata del *Diccionario del español total* (*DiccET* por sus siglas).

Este singular proyecto, surgido sin ánimos de lucro, busca documentar, además, términos poco usados, palabras novedo-

sas, incluso no asentadas, regionalismos, tecnicismos, y hasta la significación de emoticones y emojis; todo ello con la intención —aseguran sus creadores— de complementar la información lingüística que no se encuentra en otras obras y diccionarios, así como proporcionar los enlaces para acceder a estos sitios con el objetivo de hacer llegar a las personas lo que buscan de manera clara y comprensible.

Con el transcurso del tiempo, se hace necesario reinventar términos y crear otros, por lo que el *DiccET* ofrece neologismos y voca-

blos sustitutivos como solución para evitar el uso de extranjerismos innecesarios. A su vez, propone formas, alternativas y acomodaciones para adaptar las palabras con el propósito de satisfacer las necesidades del léxico en español, además de reflejar la verdadera pronunciación de los hablantes hispanos.

Para un manejo fácil del diccionario, es necesario saber que cuenta con un amplio «Buscador»; cada palabra trae su definición con sus diferentes acepciones y sus respectivos ejemplos, su etimología y alguna otra información lingüística.



Asimismo, posee un menú con opciones agrupadas para una búsqueda rápida; un apartado de etimología en el que se trata de hurgar en el origen más remoto de la palabra; al igual que se pueden encontrar secciones especiales como las de expresiones populares, acrónimos, emojis y emoticonos, palabras sin significado y creaciones infantiles, solo por citar algunas.

De esta manera, términos como *dudencuentro* ('hecho de cruzarse con alguien e intentar esquivarse mutuamente de forma ineficaz al ir ambos hacia el mismo sitio'), *mantar* ('tapar con una manta') y *pelicín* ('pequeña cantidad, poquito') son ejemplos que se pueden

hallar en varias de estas categorías anteriormente mencionadas. Del mismo modo, contiene un apartado de ortografía y gramática con reglas de acentuación, mayúsculas, plurales, pronunciación, género, etc. También, existe la categoría de nombres propios para personas, obras, equipos, así como empresas y marcas.

En vista de lo anterior, se puede sostener que el *DiccET* forma parte de un gran proyecto que contribuye a la informatización paulatina de medios que antes solo eran físicos, como los diccionarios; lo que unido a la necesidad de comprender palabras que a veces leemos y no entendemos o que actualmente están en la

jerga popular y no sabemos qué significan, convierten a este diccionario en la solución de muchas de nuestras dudas lingüísticas que no necesariamente están documentadas, sino que encontramos en la cotidianidad del día y, sobre todo, en el lenguaje utilizado en redes sociales.

ALGUNOS LEMAS DEL *DICCIONARIO DEL ESPAÑOL TOTAL*

—ADRE:

- Denominación referida a un progenitor sin asociarlo ni al sexo masculino ni al femenino, generalmente por referirse a una persona considerada de género no binario.

Ejemplo:

Las personas trans podrán registrarse como padres, madres o adre.

—MEMEAR:

- Compartir memes. *Todas las tardes me paso un buen rato viendo los mejores memes del día y memeándolos.*

- Crear memes. *Hoy no se me ocurría ningún tema sobre el que memear.*

- Hacer un meme con la imagen de alguien. *Le han detenido por memear al fiscal.*

—LISTÍCULO:

- Artículo informativo, generalmente periodístico, que consiste en una lista formada por elementos que giran en torno a un tema que busca especialmente atraer la curiosidad del lector.

Ejemplo:

Hemos llenado el periódico de listículos sobre cosas que hay que hacer antes de cumplir los 40.

VACUNA ORTOGRÁFICA

¿Mi 'crush' o mi amor platónico?

POR CYNTHIA CORDERO HERNÁNDEZ,
estudiante de Letras. Universidad de La Habana



La lengua, sujeta a un constante proceso evolutivo, se ha visto influenciada por el uso cotidiano de los extranjerismos. La Real Academia Española (RAE) reconoce la importancia de algunas de estas incorporaciones; sin embargo, no se ha mantenido al margen y ha mostrado su posición con respecto al uso desmedido de estos vocablos.

Es importante, desde luego, que su incorporación responda en lo posible a nuevas necesidades expresivas y, sobre todo, que se haga de forma ordenada y unitaria, acomodándolos al máximo a los rasgos gráficos y morfológicos propios del español.

Los jóvenes hispanos han adoptado, por ejemplo, el término *crush*, proveniente del inglés, en el espacio rutinario de las redes sociales. Originalmente responde a la acción de 'triturar', 'machacar' o 'aplastar' una cosa. Pero en español destaca por otra de sus acepciones, aquella que es utilizada para expresar un sentimiento amoroso. ¿A cuál me refiero exactamente? Pues a un amor



platónico, lejano o inalcanzable.

Con el objetivo de poner a disposición de los hablantes los textos y las nuevas incorporaciones de la lengua, la RAE elaboró el Corpus del Español del Siglo XXI (CORPES XXI). El proyecto académico presenta en un breve artículo los significados más comunes con los que es utilizado el vocablo *crush*. Entre estos encontramos el refresco *orange crush* (conocido principalmente en países como Argentina, Chile y Colombia). Es usual también su empleo como recurso onomatopéyico y, finalmente, como un referente a ese 'amor idealizado' de los jóvenes. Dicha sensación de enamoramiento va dirigida tanto a artistas como a personajes

ficticios e, incluso, a alguien de su propio entorno. Y es específicamente ese alguien quien se conoce como *el crush*. La palabra tiende a estar acompañada de un pronombre posesivo para identificar así a la persona que gusta.

Si bien el uso de este extranjerismo se ha extendido en el mundo del Internet, la RAE se ha mostrado crítica al respecto. Recomendó a los usuarios la adopción de frases equivalentes, por ejemplo: *mi amor platónico*, *tengo un flechazo con...* o, simplemente, *la persona que me gusta*. Aunque muchos prefieren lucir la riqueza léxica de nuestra lengua, encontramos otros que quizá por una mayor comodidad lingüística o por seguir una moda consideran que usar este extranjerismo tiene sus ventajas. Y es que la RAE es consciente del carácter voluble y evolutivo de las lenguas. Por lo tanto, corresponde a cada hablante tomar una decisión. La rendija por la que se asoman estas incorporaciones continúa aumentando; esperemos que ello no implique la pérdida paulatina de nuestro idioma.



POR C. M. G.

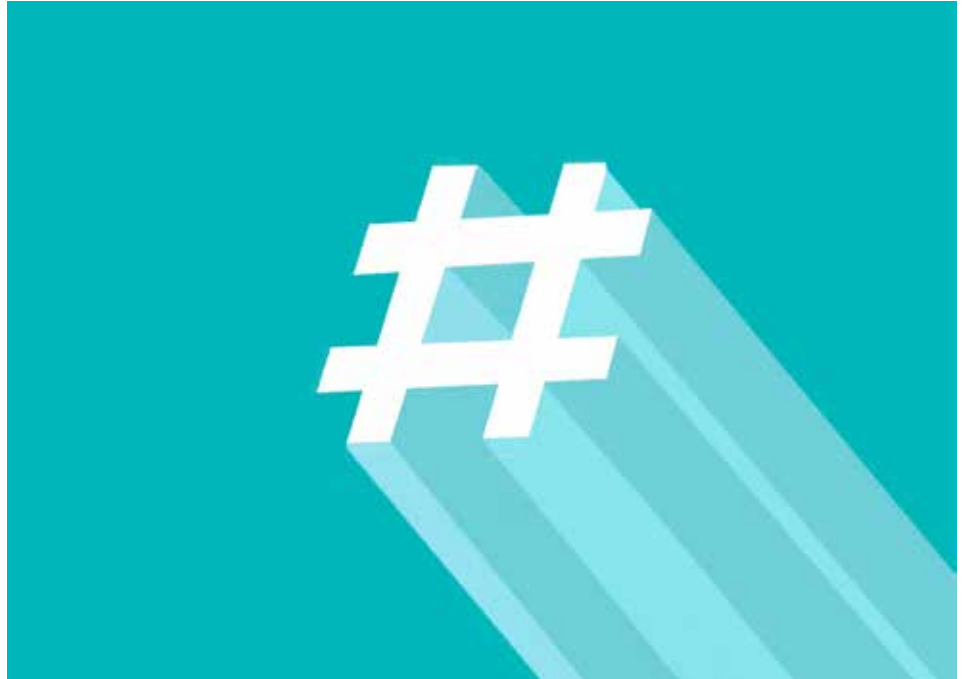
FOTOS: Pixabay

Encabezadas por el símbolo de número, también llamado *gato*, *almohadilla* o, simplemente, *numeral*, las etiquetas ya forman parte indisoluble del lenguaje de las redes sociales. En español, es este nombre, y no *hashtag*, el término apropiado para referirse a esa expresión incluida con dos propósitos claros en las publicaciones de la red de redes: destacar los temas relevantes sobre los que trata y permitir que sea fácilmente localizada junto con otras que contengan esa misma expresión.

Como señala la última edición de la *Ortografía* académica en caso de preferir el extranjerismo *hashtag*, (de *hash* 'almohadilla' y *tag* 'etiqueta') lo apropiado es que se escriba en cursiva o, si no se dispone de este tipo de letra, entre comillas. ¿Pero si existe un término en español, será necesario emplear uno ajeno a nuestra lengua? A veces, muchos hablantes ni tan siquiera escriben o pronuncian correctamen-

ENTORNO DIGITAL

Etiquetas en las redes, aciertos y desaciertos



te las palabras extranjeras; no obstante, como en otras cuestiones relacionadas con el idioma, serán ellos quienes tengan la última palabra.

Sobre el uso apropiado de las etiquetas en las redes sociales, la primera obra académica que ofreció recomendaciones lingüísticas al respecto fue el *Libro de estilo de la lengua española*, publicado por la Real Academia Española (RAE) en el año 2018. De este volumen de consulta imprescindible, seguidamente relacionamos algunos consejos que puedes emplear o no en tus publicaciones en la red de redes.

Para el correcto funcionamiento de las etiquetas, las palabras que forman parte de ellas deben escribirse unidas entre sí, pese a que, en ocasiones, quizás por descuido se escriba el símbolo de número separado de las palabras, lo que veta la función principal de las etiquetas. Así, lo recomendado sería *#BuenIdioma*, por ejemplo.

Como se observa en la etiqueta anterior, ambas palabras están escritas con mayúscula inicial, pues es, sin duda, *#acubaponlecorazon* más difícil de entender que *#ACubaPonleCorazón*. Por tanto, se prescribe, para fa-

cilitar la comprensión de las etiquetas, el empleo de la mayúscula inicial en todas las palabras, incluidas las no significativas.

Sin embargo, cuando la etiqueta forma parte del enunciado y se compone de una sola palabra, es preferible escribirla en minúscula (salvo que se trate de un nombre propio, naturalmente). Así, lo mejor sería *Hablamos sobre las #mipymes en el último pódcast de esta semana.*

Si se emplean como elementos externos al enunciado, esto es, como formas ajenas al texto, generalmente al final de la publicación, tal cual se observa en *Aclaramos dudas sobre el español actual. #BuenIdioma #DudasLingüísticas*, no requerirán puntuación.

Asimismo, pese a que Twitter, por ejemplo, no discrimina en el uso de las etiquetas con tildes o sin ellas a la hora de hallarlas en el «Buscador», al punto de que, si escribimos *#pódcast* o *#podcast*, pueden aparecer tuits con ambas etiquetas, lo indicado es que, salvo por imposibilidad técnica, no se prescinda de las tildes en ellas: *#FelizDíaDelNiño*. Recordemos que su correcta escritura hará que sean más comprensibles por los demás usuarios de las redes sociales y que no den pie a ambigüedades como en *#LaMamaIncreible* en lugar de *#LaMamáIncreíble*. No en vano hace unos años la Fundación del Español Urgente promovió en las redes sociales el empleo de la etiqueta *#acentúate*, con tilde en la *u*.

¿Debería usar etiquetas en mis publicaciones en las redes sociales?

No es obligatorio, pero sería provechoso, pues es lo recomendado. ¿Sobre qué tema debe ser mi etiqueta? Naturalmente, si tu publicación es sobre el deporte, por ejemplo, usar etiquetas como *#libros* y *#lectura*, no es muy aconsejable ni tampoco beneficioso para ella.

¿Entonces cuáles debo usar? Insistimos en que las etiquetas deben versar sobre las temáticas de la publicación en las que se colocan. También sería útil realizar un monitoreo para conocer cuáles son las más usuales sobre el contenido del que se está subiendo información a las redes. Esto permite que quien las busque las pueda localizar con facilidad.

Por último, si administras una página personal o cuenta institucional conviene que comiences a posicionar una etiqueta propia. ¿Por qué? Por varias razones, entre ellas, porque te facilita tener identificadas todas las publicaciones con esa etiqueta; además, te ayuda a potenciar la identidad de la empresa o marca personal y, desde luego, mientras más las uses, tu visibilidad en los motores de búsqueda aumentará.





CURIOSIDADES

Emoticones, otra manera de expresar

POR ANA ALINA CONCEPCIÓN MARTÍNEZ,
estudiante de Periodismo. Universidad de La Habana

Entender mensajes de texto, en la actualidad, va más allá de saber leer y de las cuestiones gramaticales u ortográficas del idioma. En el siglo XXI, si no conoces el significado de los emoticones y emojis, puede ser que interpretes el mensaje a medias.

Aunque es común emplear los dos términos para referirse a un mismo significado, según el *Diccionario la lengua española*, *emoji* hace referencia a la 'pequeña imagen o ícono digital que se usa en las comunicaciones electrónicas para representar una emoción, un objeto o una idea', mientras que *emotición* es el 'símbolo formado por signos del teclado que representa una expresión facial y se usa en los mensajes para expresar el estado de ánimo del emisor o el tono de su mensaje'.

Los dos puntos seguidos de un paréntesis de cierre, que indican la carita feliz :), tal vez es el emoticón más popular entre los internautas, pero hay otros que no son tan conocidos y, en muchas ocasiones, se le atribuyen significados erróneos.



El *Diccionario de la lengua española* documenta las formas *emotición* y *emoticono*, ambas válidas. Foto: Mediotiempo

En el argot popular *uwu* tiene disímiles interpretaciones; sin embargo, como indica la Real Academia Española (RAE), se trata de un emoticón que se emplea para expresar felicidad o ternura.

Sobre *uwu*, en el *Observatorio de palabras* se explica que «a pesar de que los emoticonos no siempre tienen una forma claramente fijada y admiten variantes, en este caso se escribe con mayor frecuencia con minúsculas (*uwu*), aunque el uso de *UWU* es asimismo válido».

Por otra parte, en este espacio virtual, la RAE indica que «al tener un valor icónico, no constituye, en rigor, una palabra y,

por tanto, no tiene pronunciación asociada. No obstante, si se quisiera pronunciarlo como si fuera una palabra, por su grafía le correspondería la pronunciación [úgu] o [úbu]».

El uso de los emoticones ha sido reemplazado, de alguna manera, por los emojis; no obstante, muchas veces se usan sin saberlo. *XD* es un ejemplo de ello; en principio, lejos de significar 'por Dios', según la RAE representa una cara riéndose con la boca abierta y los ojos cerrados.

Los emoticones y emojis llegaron al español para quedarse: emplearlos correctamente es digno de un amante del «buen idioma». ;)



SE HABLA ESPAÑOL

Palabras que no son nuestras

POR MARCO ANTONIO MITJANS GONZÁLEZ,
estudiante de la Fac. de Leng. Extranj. Univ. de La Habana.

La comunidad hispanohablante ha venido presenciando, desde hace un tiempo, el aumento marcado del empleo de palabras provenientes de la lengua inglesa. Muchas de las que usamos hoy día vienen de este idioma e, incluso, a pesar de tener una traducción exacta al español preferimos hacer uso de ellas en inglés o simplemente solo conocemos su acepción en la lengua extranjera.

Estos últimos años han sido cruciales en relación con el manejo creciente de vocablos ingleses en la vida cotidiana, y las redes sociales representan el escenario idóneo para ejemplificarlo. En la última década se han convertido en un instrumento excepcional en la comunicación instantánea e interpersonal. En este ámbito, el uso de dicha lengua germánica occidental se ha hecho tendencia gracias a su economía lingüística, la facilidad de crear nuevas palabras y la excesiva cantidad de monosílabos que

Foto: W Radio



agrupa. Por lo tanto, para muchos es un modo atractivo de habla en la comunicación corta y rápida.

Los jóvenes han resultado ser los más influenciados en términos de apropiación de frases y palabras anglicadas, como consecuencia de la creciente globalización.

Una palabra como *chat*, cuya traducción al español es *conversación*, es sumamente usada en el mundo de la tecnología. Otros ejemplos con variantes en el español y que se pueden ilustrar son *online* (*conectado*), *post* (*publicación*), *password* (*contra-*

seña), *random* (*al azar, aleatorio*), *creepy* (*escalofriante*), *celebrity* (*celebridad*), *tip* (*consejo*), *cool* (*agradable, bonito, elegante*) y muchos más.

Resulta interesante ver cómo otras palabras han terminado siendo adaptadas a nuestro idioma. Dentro de este grupo se encuentran los siguientes ejemplos: *clic* (mejor que *click*), *wiski* o *güisqui* (mejor que *whisky*) y otras hoy ya son tan comunes, como *líder* y *puđín* (o *puđin*), del inglés *leader* y *pudding*, respectivamente.



ROSTROS DEL IDIOMA

Comunicar en el escenario digital: ¡todo un reto!

POR CAMILO ÁLVAREZ GONZÁLEZ,

estudiante de Periodismo. Universidad de La Habana

La lingüística computacional es, como en sus tiempos lo fue América, un territorio nuevo para el idioma. Dicha conciencia de lo que implican los ecosistemas comunicativos digitales parece haberle permitido ahondar, al periodista Mario Tascón (Ponferrada, España, 1962), en las buenas formas de gestionar la comunicación en la red de redes.

La carrera profesional del estudioso atestigua su empeño por adaptar el idioma a los términos

Foto: Fundéu



de las tecnologías de la información y la comunicación.

En ese sentido, se ha especializado en áreas como las nuevas narrativas, la arquitectura de la información, el periodismo de datos y la creación de contenidos para todo tipo de soportes desde la web.

En una entrevista ofrecida por él a *La Información*, alertó que la sociedad ha encontrado en las redes sociales sustitutos más baratos para obtener las noticias que antes le propinaba el periodismo.

Tascón se ha destacado por su labor como director de la versión digital de varios diarios, como *El Mundo*, *El País* y *La Información*, medio exclusivamente digital con mayor audiencia en España. En todos ellos, ha defendido las nuevas prácticas que le impone el entorno digital a la comunicación.

Ha sido asesor y consultor de más de veinte medios y empresas internacionales, así como del Gobierno español y de diferentes organi-

zaciones. Por otra parte, también dirigió el manual *Escribir en internet. Guía para los nuevos medios y las redes sociales*, de la Fundación del Español Urgente, institución que presidió de 2019 a 2020.

Gran parte de sus saberes y experiencias han quedado plasmados en sus varias publicaciones, entre las que destacan *Big Data*, *Twittergrafía* y la novela *La Biblia bastarda*.

El ámbito docente constituye otro elemento clave en la carrera de Tascón, pues se desempeña como profesor asociado de la Universidad de Navarra, como profesor de Periodismo en la Fundación Gabo, y como conferencista en múltiples universidades internacionales.

Según sus colegas, es una de las personas más relevantes en la corta historia del periodismo digital en España. Su experiencia ha contribuido a optimizar la gestión comunicativa de ese país. No obstante, a decir del propio Tascón, cuando se trata de internet, todos los empeños son aún insuficientes.



LIBROS PARA CULTIVARSE

POR LAURA LÓPEZ MONTOTO,

estudiante de Periodismo. Universidad de La Habana

Dice la Fundación del Español Urgente (Fundéu) que en Internet es donde se juega el futuro de la lengua. Si este argumento tiene al menos un 0,01 % de probabilidades de ser cierto (que lo debe ser), entonces el devenir del idioma se vislumbra triste para las próximas generaciones.

Ah weno, nop, ejasí y quejesto serán solo algunas de sus expresiones cotidianas. Vaya, y mejor no hablemos de las abreviaturas y los signos de puntuación.

«Salvar» el español todavía es posible y representa una obligación, más aún para quienes son profesionales de la palabra. El libro *Escribir en internet. Guía para los nuevos medios y las redes sociales* (2012) resulta una herramienta útil para apoyar ese propósito.

Dirigido por el periodista Mario Tascón, esta obra es un trabajo de la Fundéu, que recoge recomendaciones y estudios de más de cuarenta expertos sobre

cortesía en la red, correspondencia electrónica, reputación *online*, español global, escritura colectiva, redacción para blogs, mensajería instantánea, gestión de comentarios, redes sociales, emoticones, accesibilidad y temas legales.

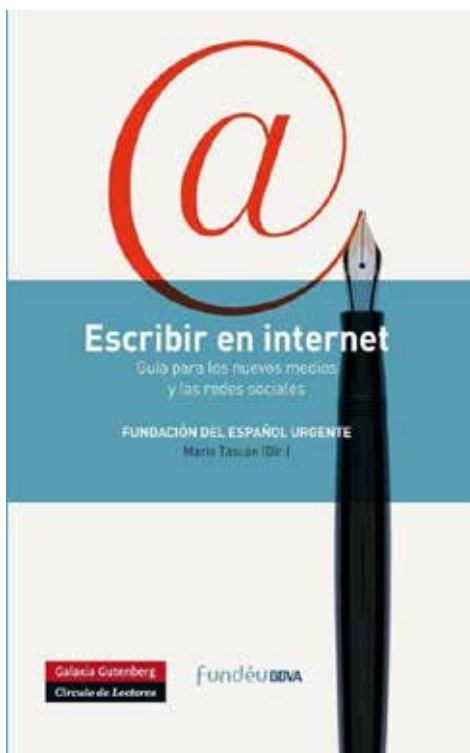
Cabe señalar que el proyecto no está pensado solo para especialistas en comunicación, sino también para todas aquellas personas que utilizan el español en los nuevos medios, desde el experto al recién iniciado en internet.

Para diferenciar de mejor forma este amplio público al que se dirige el texto, el libro se divide en dos grandes bloques. El primero sobre el uso cotidiano, y el segundo respecto al uso profesional del idioma en la web.

En un tercer bloque se incluye un amplio glosario de palabras relacionadas con el español de los nuevos medios, así como bibliografía y referencias donde ampliar información.

A decir de la Fundéu en el prólogo del libro, no se trata de promulgar normas rígidas, sino de formar en la mente de los lectores una preocupación constante por los usos idiomáticos en sus aspectos generales.

Si, como quienes hacen posible esta revista, quieres «salvar» y hacer uso del «buen idioma», la editora Galaxia Gutenberg te invita a consultar, en las 503 páginas del libro, todo o casi todo lo relacionado con el español en Internet y las redes sociales digitales.



El lenguaje en tiempos de Internet

POR BISMARCK CLARO BRITO Y C. M. G.,
estudiantes de Periodismo. Universidad de La Habana

Para que en la red de redes el lenguaje vaya «esbelto y libre», es necesario conocer cuáles son las tendencias que marcan cómo es la escritura en la era digital y cómo hacer un buen uso del español en Internet. Por tal motivo, conversamos con el doctor en Ciencias de la Comunicación, Miguel Ernesto Gómez Masjuán, quien imparte la asignatura Periodismo Hipermedia en la Facultad de Comunicación, de la Universidad de La Habana.

—**Con el paso del tiempo, los lenguajes sufren transformaciones debido a la aparición de nuevos soportes comunicativos. En este sentido, Internet ha motivado cambios. ¿Considera que los medios de comunicación deberían usar los recursos propios del lenguaje en la red de redes, como los emojis? ¿Por qué?**

Los medios de comunicación, como han hecho tradicionalmente, adaptan su lenguaje teniendo en cuenta la plataforma con la cual están trabajando. Por tanto, si ese es un recurso que forma parte hoy, el propio uso ha llevado a incor-

porarlo en el lenguaje utilizado por los usuarios, en su relación con los dispositivos y en la manera en que se comunican entre sí, pues no veo ningún problema en que el periodismo lo utilice.

La propia dinámica de cambio, que ha llevado a transformaciones discursivas, ha incidido en que, efectivamente, esos cambios lleguen al discurso periodístico que, a fin de cuentas, sigue teniendo el mismo objetivo: comunicar determinadas ideas y llegar a audiencias. Por tanto, el periodismo va a adaptar ese lenguaje a las audiencias y a las plataformas con las cuales está trabajando. Los puristas del lenguaje que-
rán decir que eso va en contra

transformaciones, que terminarán imponiéndose, porque los objetivos comunicativos siguen siendo los mismos, lo que se transforma es la manera en que se articula el lenguaje, ese lenguaje hipermedial y las audiencias no son las mismas.

—**¿Por qué cada red social digital representa un contexto diferente del uso del idioma? Si apreciamos que, por ejemplo, Twitter no permite la edición de los mensajes, ¿cómo valorar la rapidez que nos proponen dichas plataformas con respecto al empleo correcto del lenguaje?**

En el periodismo realizado para plataformas digitales siempre te cabe esa idea de



de..., pues no sé en contra de qué. Los defensores de la fe se aferran a demorar, porque no podrán impedir determinadas

que puedes editar cualquier trabajo. Twitter no me deja editar, pero podría borrar el tuit. En una plana impresa no puedes

corregir el error, ya salió, circuló, y si es en la televisión, saliste en vivo y no tiene marcha atrás. No sucede así en la web. Se crea la sensación de que no tiene que ser algo preciso, porque siempre puedo editar y la edición es un proceso en plataformas digitales desde el punto de vista técnico. Pero, desde la concepción del discurso de ese lenguaje en que se basa el contenido, los creadores deberíamos pensar que no hay forma de editar; hay forma de ampliar contenidos, porque la idea del tiempo real hace que tengo que decir algo y puedo ampliar. Debe centrar la idea en que esa es la versión final de su contenido, no adaptarse al facilismo de que lo puede editar.

Me están exigiendo inmediatez —difícil para contrastar fuentes—, ser el primero en esa economía de la atención, dar el «palo periodístico» en

te tiempo de contrastar fuentes (una de las reglas básicas del periodismo tradicional). El escenario de la economía de la atención te exige rapidez, inmediatez, tiempo real; pero el periodismo te dice que lleva investigación, contraste. No te puedes ir con la primera, porque terminas dañando tu credibilidad y ocurre diariamente. El periodismo afronta el reto de la inmediatez contra la profundidad: es el mundo en el que estamos, no en el que quisiéramos estar.

—¿Hasta qué punto el ciberespacio ha creado una nueva modalidad de la lengua, una destreza con características específicas? ¿Podemos hablar de un ciberlenguaje?

Podemos hablar de un lenguaje que llamaríamos *hipermedial*, porque engloba las características de esa comunicación en red e incorpora rasgos de lenguajes que le ante-

idioma que hables, pues el lenguaje hipermedial es universal. Porque la manera en que las personas interactuamos con los dispositivos o nos vamos adaptando al modo no lineal de lectura y de interacción con contenidos a través de dispositivos es universal. No importa si estás en Arabia Saudita o en Cuba, la lectura que se hace, la manera en que hoy los medios de comunicación presentan sus contenidos es mediante el lenguaje hipermedial, que tiene muchísimas ventajas: la multimedialidad, la posible lectura infinita...

El usuario contemporáneo está adaptado a las múltiples pantallas, a la lectura no lineal, a consumir contenidos multimediales. En cuanto a desventajas, puede llevar a una dispersión de la lectura, a que la persona lea dos o tres párrafos, no llegue al final y su comprensión del tema no sea del todo completa; aunque dependerá de sus dinámicas de entendimiento y cultura, competencias e intereses. Pero, al mismo tiempo, puede leer tres párrafos y se puede ir y se queda con una idea y quizás el creador del contenido no lo estructuró solo para eso.

Así, según Masjuán, corresponde a los creadores buscar maneras de transformar ese discurso y hacerlo cada vez más atractivo.

las redes. Vamos a suponer que lo escribiste todo bien, no hay faltas, todas las comas en su lugar; sin embargo, no tuviste

cedieron y, por tanto, es mucho más completo, universal. Da lo mismo la región del mundo en que te ubiques, no importa el



PALABREANDO

De tendencias e inclusiones

POR CHRISTIAN SERAFÍN JIMÉNEZ,
estudiante de Periodismo. Univ. Central Marta Abreu de Las Villas

El fenómeno de las redes también impone a cada minuto nuevas tendencias, modas y estilos que impactan y tienen su origen en determinados ámbitos del comportamiento social.

En cuestiones del idioma, podemos asegurar que dentro del entorno digital cobró auge el uso y expansión de términos como *tod@s*, *to-dxs* y *todes*. El cambio en la grafía y pronunciación de ciertas palabras, con el objetivo de lograr una mayor inclusión de todos los géneros dentro de la sociedad, es un suceso que ya parece distante en el tiempo y hasta cotidiano.

Se acude al denominado lenguaje inclusivo para distinguir a aquellas personas que no se sienten identificadas con los géneros masculino o femenino, o para recalcar la distinción propia tanto de hombres como de mujeres.

Son estos, en esencia, los usos de las variables de inclusión *todos* y *todas*, *to-dxs*, *todes*, *tod@s* o del

pronombre *elle*. No obstante, hoy encontramos en las redes sociales a personas que, sin promover el empleo del lenguaje inclusivo, se auxilian de algunos de estos vocablos, simplemente por el afán de mantener el perfil ligero y fresco que imponen dichos espacios.

La Real Academia Española (RAE) ha aclarado en más de una ocasión que «en español, el masculino genérico, por ser el no marcado, puede abarcar el femenino en ciertos contextos». También afirma que no hay razón para pensar

que este género gramatical «excluye a las mujeres en tales situaciones». Siempre es válido recalcar, además, que ninguno de estos recursos ha sido aprobado por las obras académicas.

No obstante, «si realmente alguna de esas fórmulas se repite tanto que se convierte en lenguaje ordinario de una mayoría..., tendrá éxito y se incorporará a nuestro lenguaje ordinario, claro que sí», como aseveró Santiago Muñoz Machado, director de la RAE y presidente de la Asociación de Academias de la Lengua.

Foto: Acitud Fem



FORTUNA DEL POETA

Poema a la ortografía

Tuve un sueño terrible,
un punto me corría
y al doblar en la esquina
un gerundio me seguía.

Mientras corría espantada,
una coma me alcanzó
y me dijo: olvidaste
ponerme en una oración.

El pretérito perfecto
a la cárcel me llevó,
y mi futuro imperfecto
un traje a rayas me dio.

El punto vino a mi celda
y me dijo con dolor:
No respetas ni una tilde.
¡Nos crispas con tanto error!

El alfabeto era el juez.
Un diptongo mi abogado,
me mandaron a la cárcel,
sin paréntesis... y al primario.



LA LETRA CONTRISA





