

Metodología, métodos, técnicas

EL LENGUAJE DE LOS JÓVENES EN EL *CHAT*

Ma. Alejandra Rocha Silva

Las lenguas definen comunidades
J.A. Millán

El surgimiento de Internet redimensionó a los medios de comunicación e información al incorporarlos como parte integral, pero con un lenguaje diferente, propio para estar “en línea”. En Internet hay estaciones de radio, programas televisivos y periódicos que pueden ser escuchados y/o vistos en cualquier parte del mundo, siempre que se tengan una computadora y acceso a la red. Tal situación origina que los estudiosos de la comunicación redefinan sus miradas respecto a los medios. En este último punto, justamente, se encuentra nuestro objeto de estudio: el llamado *chat*. Un nuevo sistema de comunicación sincrónico cuya peculiaridad se localiza en el uso de los jóvenes, pues sus prácticas la han convertido en un sentido de pertenencia a un grupo en la sociedad globalizada. El lenguaje del *chat* es la aplicación de una lengua (en nuestro caso el español) en un sistema de comunicación sincrónico en Internet (*chat*) que posibilita la comunicación entre una o más personas, ubicadas en diferentes lugares.

Las preguntas generativas de la investigación fueron las siguientes:

1. ¿Cuál es el encanto del *chat* que gusta tanto a los jóvenes? Es la pregunta base.
2. ¿Cómo elaborar el perfil del emisor/receptor en un medio predominantemente anónimo? Una pregunta de corte metodológico.
3. ¿Cómo se estructura el mensaje?
4. ¿De qué manera el usuario incorpora dicha estructura?

Así empezó la investigación acerca del lenguaje del *chat* en los jóvenes, de manera específica, debido a que la Facultad de Letras y Comunicación de la Universidad de Colima tiene a la lingüística entre sus líneas de investigación.

Este texto comparte la información generada hasta el momento sobre tal acercamiento con el *chat* como objeto de estudio.

Metodología

Ante un objeto de estudio inédito, como es el lenguaje en el *chat*, se revisaron diversas metodologías y sus aportes, de tal manera que se conformó una nueva propuesta metodológica.

El intercambio de mensajes en el chat es una práctica discursiva, por lo cual se hizo una apropiación del análisis del discurso, entendiendo por “discurso” (Haidar, 1998: 121), al conjunto “transaccional” que presenta reglas sintácticas, semánticas y pragmáticas, de cohesión y coherencia. En el *chat* las reglas se han roto, lo que ha dado pie a estructuras distintas, por lo que uno de los objetivos fue dar cuenta de las mismas, indudablemente relacionadas con las condiciones de producción del mensaje –en principio por el teclado–, pero también de circulación y recepción inmediata a un número indeterminado¹ de sujetos en un medio de comunicación, como es el *chat*. Lo que lo convierte en una práctica social de un grupo determinado (los “chateadores”), quienes, a su vez, buscan identificarse en el grupo y la permanencia en el mismo, mediante de la utilización de un lenguaje específico y de un discurso con nuevas reglas.

Sobre este último punto, Halliday (1982), menciona que: “el lenguaje tiene que interpretar toda nuestra experiencia, reduciendo los fenómenos infinitamente variados del mundo que nos rodea”, situación aplicable en el *chat*, donde los participantes sintetizan –en un proceso de interiorización y toma de conciencia de un número indeterminado de cosas, fenómenos y acontecimientos y acciones– ese mundo percibido a partir de sus habili-

dades tecnológicas, específicamente, con el manejo del teclado. Coseriu (1977), lo dice: el lenguaje es una realidad cultural complejísima, polifacética. El lenguaje está vivo por lo que es cambiante día a día, se adapta a nuevas situaciones y evoluciona de acuerdo con el uso que le dé el hablante, porque finalmente, el fin único de la palabra es comunicar en cualquier sentido. Para Halliday (1982:33-34):

el lenguaje tiene que expresar nuestra participación, como hablantes, en la situación del discurso; los papeles que asumimos nosotros mismos y que imponemos a los demás; nuestros deseos, nuestros sentimientos, nuestras actitudes y nuestros juicios.

El *chat* es un foro abierto en donde los sujetos participantes se muestran abiertamente para expresar formas de sentir y de pensar.

Sin embargo, según Haidar (1998:134), “es necesario establecer las especificidades de las prácticas discursivas frente a otras prácticas sociales”, lo cual nos lleva a una precisión, puesto que en el *chat* se habla de una representación de la vida social, pero al mismo tiempo se producen mensajes que permean y, por tanto, transforman, la realidad social. En consecuencia, la acción “chatear” se vuelve, en sí misma, una práctica sociocultural.

Con todo lo anterior se procedió a la selección del corpus, por lo que se consideró que

1) el corpus debe tener un carácter contrastivo que permite establecer las diferencias entre los discursos; 2) El corpus debe tener invariantes que permitan la comparación” (Haidar;1998:144).

No está documentado el número de *chats* que existen en Internet,² por lo que no se puede aspirar a un abordaje representativo del mismo, desde el punto de vista cuantitativo, menos aún cuando hablamos de los participantes o de las sesiones.

Sin embargo, era importante contemplar antes los dos puntos para la estructuración del corpus así como los objetivos del trabajo. De esta forma se procedió a la ubicación de *chats*, que de manera explícita, fueran de jóvenes de 17 a 22 años. Una vez con la información, fue necesario “bajar” sesiones de manera simultánea. El número de sesiones fue de 6 (una sala de *Latinchat* con jóvenes de 15 a 20 años en www.latinchat.com, y las otras 5 en el *MSN Chat*, que desde el 14 de octubre de 2003 no están en línea debido a políticas de seguridad de la empresa Microsoft; esas fueron las salas de *chat* que cumplían con las características antes descritas en la fecha en que se bajaron de la red, el jueves 5 de diciembre de 2002, 01:06:09 pm (*Red Planeta* no fue considerada porque sus salas

tenían una estructura diferente de edades). También obtuvimos dos más, de personas con mayor edad (en *Latinchat*), y otras dos con niños de menor edad (en el *MSN Chat*), de tal forma que se pudieran establecer las coincidencias y diferencias en cuanto a grupo de jóvenes. No es frecuente encontrar salas de *chat* en donde intervengan personas mayores de 30 años y casi imposible, de más de 40.³ En cuanto a los menores, encontramos más posibilidades, sobre todo en las edades cercanas a nuestra población objeto/sujeto de estudio: entre los 16 y los 13 años, situación lógica, si se considera que hay que saber leer y escribir, además de las habilidades tecnológicas y del control familiar. Una vez que se tuvo el registro de las sesiones se obtuvo lo que el sujeto hablante dice.

También se recurrió a la metodología de análisis de contenido porque es un método que estudia y analiza la comunicación de una manera sistemática, objetiva y cuantitativa con el propósito de encontrar variables de medición (Kerlinger, 1986).

El uso de la inferencia y sus clases (Janis, 1965 en Krippendorff, 1997).

Los tipos de análisis que se realizaron fueron los siguientes:

- *Análisis de contenido pragmático*
 - Procedimientos para la clasificación de los signos, según el uso dado en el *chat* e intentar ir a su causa.
- *Análisis de contenido semántico*
 - Una vez identificados, se clasificaron según un posible significado.
- *Análisis de designaciones*
 - Al vaciar, en una base de datos de Excel, todos los componentes del discurso de las sesiones de *chat*, se obtuvieron las frecuencias de uso en los mismos.
- *Análisis de atribuciones*
 - La misma base de datos dio las frecuencias con que los objetos eran caracterizados.
- *Análisis de aseveraciones*
 - La frecuencia con que ciertos objetos fueron caracterizados de un modo particular (equivalente a un análisis temático).
- *Análisis de vehículos-signos*
 - Clasificación del contenido, de acuerdo con las propiedades psicofísicas de los significados.

Todo ello permitió:

- Describir el contenido de la comunicación. Cuál era el discurso vertido en esas sesiones de *chat* por los sujetos participantes –los “chateadores”– así como el por qué de dicho discurso, en relación con la estructura gramatical.
- Comprobar las hipótesis sobre las características del mensaje.
- Comparar el contenido de los medios con el mundo real.

Las inferencias nos ayudaron a:

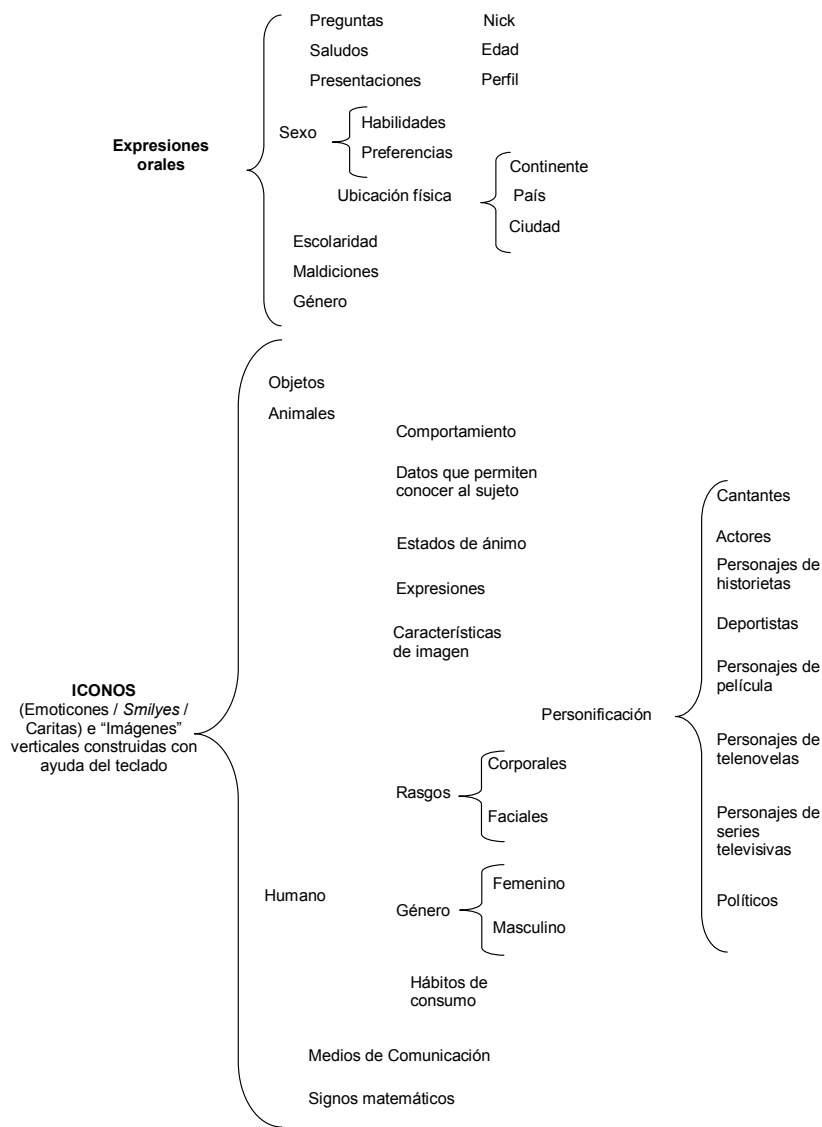
- Describir las características de la comunicación, averiguando *qué* se dice, *cómo* se dice y a *quién* se dice.
- Formular inferencias en cuanto a los antecedentes de la comunicación, averiguando *por qué* se dice algo.
- Formular inferencias en cuanto a los efectos de la comunicación, averiguando *con qué efecto* se dice algo.

Lo anterior permitió: resumir los datos, relacionarlos e interpretarlos.

Los pasos siguientes fueron los que Krippendorff (1997) plantea para el análisis de contenido:

- a) Formular la interrogante de la investigación o hipótesis.
 - i. ¿Cómo se estructura el mensaje?
 - ii. ¿Por qué se estructuran los mensajes de esa manera?
 - iii. ¿Quiénes participan en el proceso comunicativo?
 - iv. ¿Cuáles son las características de este proceso comunicativo?
- b) Definición de la población en cuestión: jóvenes (de 17 a 22 años) “chateadores”.
- c) Selección de una muestra apropiada de la población. En este sentido se hace una apropiación, ya que no hay información sobre el total de *chats*, por lo que fue un censo de las salas, que en ese momento cumplían con las características de tener jóvenes participantes.
- d) Seleccionar y definir la unidad de análisis.
 - i. El discurso vertido en una sesión de *chat* por todos los participantes que significará algo (desde una expresión o la utilización de un icono).
- e) Construir categorías del contenido analizado (véase el Esquema I).

Esquema I – Categorías de contenido



- f) Establecer un sistema de cuantificación.
- i. El sistema de cuantificación se originó al registrar las sesiones de *chat* en una base de datos de Excel, previamente diseñada con este fin.
- g) Capacitar a los codificadores y llevar a cabo un estudio piloto.
- i. Solamente hubo una alumna del séptimo semestre⁴ que trabajó en esta investigación y no hubo mucho problema con la capacitación, dado que desde la configuración del proyecto ella tuvo la información.
 - ii. Los estudios piloto fueron previos y su objetivo fue detectar los problemas técnicos al “bajar” las sesiones.
- h) Analizar la información recopilada.
- i. Para este punto resultó fundamental la base de datos y el establecimiento de las inferencias, las cuales se tratarán más adelante.

Sin embargo, hasta aquí solamente se vio una parte del objeto de estudio: la del lenguaje, por lo que se revisaron otras metodologías para obtener información sobre el resto de los integrantes del proceso comunicativo. Para tal efecto se recurrió a la propuesta de Gómez (2002), de metodología para las comunidades virtuales, que incluye:

1. Análisis del entorno real
2. Observación participante
3. Entrevistas focalizadas “en línea”
4. Entrevistas cara a cara

La obtención de los datos del entorno real permitió una construcción muy superficial del perfil del usuario, por lo cual se complementó con entrevistas. Sin embargo, como el mismo Gómez señala en un trabajo posterior (2003), la entrevista es difícil de lograr y rompe con la dinámica propia del *chat*. En principio se intentó entrevistar a través de un cuestionario enviado a los “chateadores”, pero no hubo respuesta, por lo que la construcción del perfil se realizó con la información de otras fuentes, como el INEGI, y según un estudio sobre los “Hábitos de los usuarios de Internet en México, 2003”, de la Asociación Mexicana de Internet y de la consultora Select publicado el 13 de enero de 2004.⁵

A partir de la propuesta de Gómez (2002: 69), se consideró la observación participante, que llevaría a la detección de las constantes en el proceso. A conocer a fondo el sistema, sus características, posibilidades y

limitaciones.

El protocolo seguido fue ubicar las salas de *chat* y verificar los niveles de participación (cuántos y “quienes” eran los participantes). Al mismo tiempo que el observador estableció una relación de conocimiento sobre el objeto: el lenguaje utilizado en el *chat*, así como las dinámicas del proceso. Se hizo etnografía de la virtualidad (Gómez, 2002: 71), y con esta misma idea se trabajaron cuatro planos⁶ para:

1. Establecer una relación de conocimiento sobre el objeto.
2. Establecer una relación personal con el objeto. Al momento de empezar esta investigación desconocíamos, en parte, el lenguaje del *chat* y las dinámicas comunicativas generadas en el mismo y, de alguna manera, fuimos afectadas por el mismo.
3. Establecer una relación en la que pone en juego las diversas formas de construcción de su conocimiento.
4. Establecer una relación con el objeto sobre la necesidad de vigilar esas formas de construcción.

Pero aún se necesitaron más técnicas para obtener información sobre el sujeto. Se realizó una mesa de discusión el 25 de septiembre de 2003, a las 9 de la mañana, con una duración de una hora,⁷ en donde los “cibersujetos” se convirtieron en sujetos reales, con nombre y apellido, cuyas edades eran de los 19 a los 22 años.

Los participantes fueron estudiantes del tercer semestre de la Facultad de Letras y Comunicación de la Universidad de Colima –lugar en el cual se realizó dicha mesa–, quienes decidieron intervenir en la misma libremente.

Los detonadores se tomaron de las preguntas generativas de la investigación. La coordinación de la mesa quedó a cargo de la titular del proyecto. Durante la sesión se registraron todas las participaciones y después fueron vaciadas, igualmente, en una base de datos, diseñada con antelación.

Las técnicas de diferentes metodologías son útiles para conformar otra que permita estudiar un objeto de estudio nuevo. Es decir, se estructuró una nueva metodología que mantiene algunas similitudes con la de Yus (2001:18), único autor que ha trabajado, hasta ahora, sobre este tema y quien acuña un nuevo término: *ciberpragmática*, para el análisis del discurso electrónico y su comunicación por Internet.

Resultados

El proceso de comunicación

Se parte de lo que en la tradición clásica⁸ se entiende como el proceso de comunicación: un emisor que envía un mensaje a un receptor, debido a que una de las peculiaridades del chat es que los sujetos participan en la sesión sin que necesariamente esperen o tengan respuesta (retroalimentación).

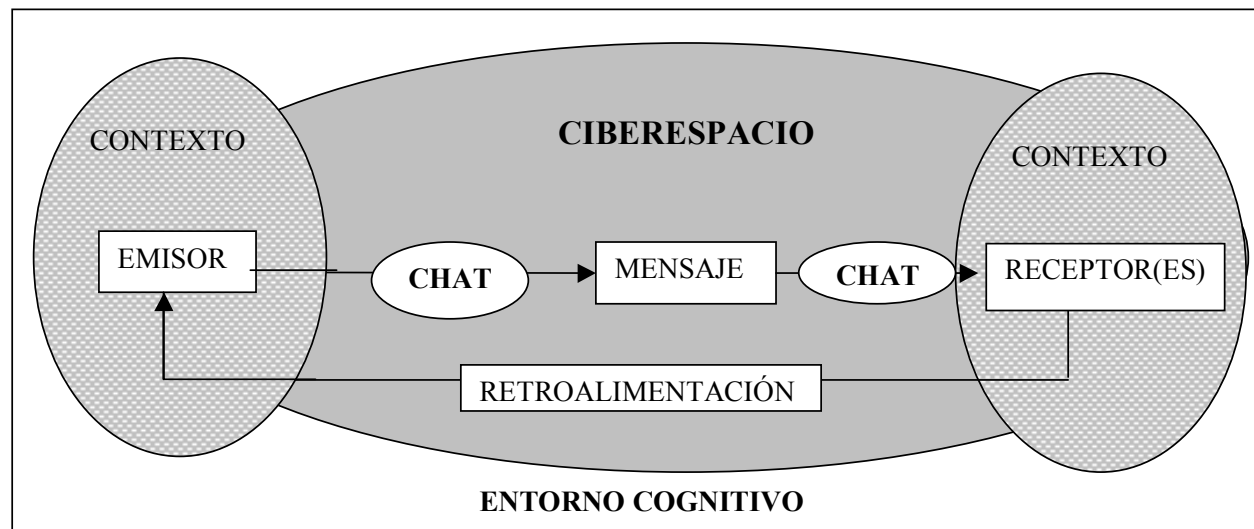
Sin embargo, el objetivo final de la investigación fue analizar el mensaje, por lo cual, el proceso solamente contextualiza o pone el marco en el que se encuentra inserto dicho mensaje. Profundizar este aspecto es tema de otro trabajo, sin embargo, para efectos del presente trabajo, lo representamos en la Gráfica I en la página siguiente.

El medio

El surgimiento de una nueva plataforma como Internet, da la pauta para que se originen otros medios de comunicación, cuya diferencia estriba en el tratamiento del lenguaje. Ante este fenómeno, la comunicación adquiere otra dimensión como objeto de estudio, en un contexto específico. En Internet los espacios físicos no existen y se trasciende a la idea de tiempo, en el sentido de huso horario, en las comunicaciones sincrónicas.

La pregunta de partida es ¿qué es el *chat*? Es un sistema que permite a los usuarios de Internet intercambiar mensajes de texto o voz en tiempo real, al establecer “conversaciones” entre ellos; algunos permiten la transmisión de archivos, imágenes en directo y hasta jugar. Técnicamente hay tres tipos de *chats*: vía página web, vía IRC, y la conexión directa desde una página web a una red de IRC. En todos los casos, los *chats* sirven para crear comunidades virtuales. El segundo sistema es, con gran diferencia, el más versátil y operativo, en tanto que el primero se destina a los usuarios novatos. El tercero es una solución intermedia que ofrecen en algunos sitios *web*, para mostrar la dinámica de las reuniones de un canal integrado en una comunidad virtual multiplataforma. De la palabra “*chat*” se conjuga el verbo de nuevo cuño: “chatear”,⁹ porque ahora, además de comunicarnos, surge la necesidad de *MOSTRARSE* ante un mundo sin fronteras físicas, culturales e ideológicas. Justamente aquí entra el *chat* como herramienta que permite identificarse ante el mundo como se es en realidad o con una personalidad diferente, elaborada por la mente de la persona que teclea del otro lado de la línea. Como señala

Gráfica I - El proceso comunicativo durante el uso del Chat



Zapata (2003:3), el último ámbito de desarrollo de la red es el del “gran público, el de los asuntos personales”, ya que no es sólo un gran medio de comunicación por la cantidad de información que circula a través de él, sino que da la posibilidad de realizar una multitud de actividades que posibilitan las relaciones interpersonales. Y la tendencia señala que irá a más.

El *chat* es un objeto de estudio con un emisor y un receptor anónimos, un reto para los investigadores de la comunicación, quienes hasta ahora habían hablado de tales como entes identificables, aunque estuviéramos hablando de “*la masa*”, aunque amorfa, es tan visible, que los publicistas y expertos en mercadotecnia la conocen de forma tan perfecta que, incluso, sobreviven a partir de ese conocimiento.

El perfil del emisor/receptor o quiénes “chatean”

Hablar de quienes usan el *chat*, los “chateros”, es un tema complejo desde la estructura de un proceso comunicativo, ya que es un ser anónimo creado a sí mismo para mostrarse a los demás como se desea.

Sin embargo, para poder entender al sujeto “chateador”, debemos mencionar antes que los sujetos-“chateadores” se identifican como tales cuando se encuentran en territorio llamado *ciberespacio*. Se trata de un ámbito construido simbólicamente por habitantes de la tecnología informática para comunicarse, a través de un conjunto de redes mundiales, para las cuales no hay fronteras –en el sentido geopolítico del término-, excepto las que suponen el mismo acceso a la tecnología y las habilidades tecnológicas necesarias para hacerlo.

Otra diferencia entre un sujeto virtual y un sujeto real, es que cuando este último aspira a interactuar con otro, se toma en cuenta lo que se percibe a simple vista; se tiende a prejuiciar y, por lo tanto, el ser humano aprende a “fabricar” su imagen, para encajar en el mundo e idiosincrasia del resto de la población.

A diferencia de lo anterior, quienes “chatean” tienen la posibilidad de mostrarse sin prejuicios ante los demás; no temen a la percepción primera de los sujetos interactuantes, porque la información que proporcionan al “conocer” personas vía Internet es fácil de falsificar.

La distinción que establece Goffman entre los papeles que desempeñamos ante la sociedad y la realidad personal que se oculta tras la “fachada social” es aplicable, sin duda, a la comunicación por Internet, en la que

la identidad de las personas permanece, a menudo, en la trastienda (backstage) de la intimidad, mientras las identidades electrónicas desempeñan su labor social en la parte visible del escenario social (Yus, 2001:43).

A la identidad debemos verla desde una nueva perspectiva (Giménez, 1996:15), si ésta se asume con base en la relación con el concepto de territorio –en este caso, el ciberespacio. Lo anterior significa que el sujeto puede sentirse parte de dicho territorio y como tal, asume roles en la comunidad, lo cual se articula y combina con el sentimiento de pertenencia que ese mismo tenga en otro territorio o territorios. El sujeto puede pertenecer a más de una comunidad y establecer relaciones simbólicas en cada una de ellas, como anillos, perfectamente definidos, que giran en su entorno cognitivo, superpuestos en el momento necesario, lo que permite al sujeto formas de ser y relaciones simbólicas o de “anillos”: su sello como sujeto. Lo anterior se vuelve más completo cuando estamos hablando de una comunicación sincrónica pero no *face to face*:

A medida que disminuyan los recursos de la red para identificar el interlocutor (el emisor, el receptor) y sus circunstancias, se debe aumentar la metainformación (Zapata, 2003:10).

Durante la mesa de discusión del 15 de septiembre de 2003, los participantes aportaron información en este sentido:

- a) José Carlos (19 años): *Hace 5 años porque estaba de moda en mi colegio, además me dio la oportunidad de chatear con chavas a las que no les hablaba en el colegio. Me ponía otro nombre para hablar con ellas y “sacarles la sopa”.*
- b) Mario (22 años): *Ser quien quiero ser, el hombre se vuelve mujer y viceversa.*
- c) Rodrigo (19 años): *Lo usan y fantasean y sueñan con lo que no pueden lograr en la vida real.*
- d) Alfredo: *El hecho de no ver cara a cara con quién conversas hace que sea más interesante, te puedes ir a los extremos de mentir o ser sincero.*

Entre los mismos jóvenes se considera que el *chat* es para pasar el tiempo frente a la computadora sin tener un compromiso, pero sí un beneficio emocional. Esta es una historia ya contada, por así decirlo, pues la historia de los medios tiende a ser muy parecida. Los niños ven en el televisor las caricaturas, un poco extraño en un joven o en un adulto. Son opciones del menú tecnológico para públicos diferenciados. Esto es, cuando se

habla de los *chats* en su sentido más público, el de las salas, pues otra situación diferente ocurre al utilizarse los mensajeros, cuyo sistema es idéntico al de los *chats*, en los cuales los usuarios pueden tener listas de personas para entablar esas comunicaciones; regularmente, con personas a quienes conocen físicamente y tienen el acceso restringido para otros cibernautas. En este sentido el *chat* puede utilizarse como una herramienta más de comunicación en el trabajo o en otros ámbitos, como el familiar.

En Internet, específicamente en los *chats*, los juicios para aceptar a un individuo y socializar con él se basan en la forma de pensar y expresarse y hasta de “sentir”, caso muy diferente a lo que ocurre en “la vida real”, donde se interactúa cara a cara con las demás personas y no existe más mediador que el contexto mutuo.

En el *chat* hoy se puede ser “Blanca Nieves” y mañana “Fredy”, el de La Academia.¹⁰ La creación de perfiles “en línea” (para que el resto de usuarios puedan consultarlos) ofrece la oportunidad ser quien quieras ser, ya que nadie verifica la autenticidad de la información proporcionada, o incluso se tiene la posibilidad de dejar esta opción en blanco. Se puede cambiar de nombre, de la ciudad en la que se vive, de gustos y hasta de género. En la mayoría de los *chats* no puede seguirse la pista a alguien de manera segura: es el reinado del anonimato. Siempre quedará la duda de qué relaciones existen entre el *nick* (equivalente del nombre propio en este sistema de comunicación) y la persona. De las sesiones bajadas se encontraron los siguientes nombres propios o relacionados con alguno de ellos (véase el Cuadro I - *Nicks* relacionados con el nombre propio en la página siguiente).

En este mismo sentido, en la mesa de discusión (del 25 de septiembre de 2003), el participante José Carlos (19 años) afirmó que éstos estaban “relacionado con su nombre” e incluso con el apellido, según lo mencionado por Omar (20 años), que no fue el caso para esta sesiones.

También se pudo obtener otro tipo información a través de los “nicks”, ya que se encontraron que éstos tenían relaciones con identidades culturales y espaciales, cualidades físicas, habilidades y personajes (véase el Cuadro II - *Nicks* relacionados con identidades culturales y espaciales, cualidades físicas, habilidades y personajes, en la página 101).

Y también encontramos otros que no son susceptibles de clasificarse en categorías (véanse los ejemplos que aparecen en el Cuadro III - *Nicks* sin categoría en la página 101).

En algunos casos, es posible que se trate de la unión de dos nombres propios o un nombre propio con el apellido; en otros, con equipos de fútbol (como los señalados con el asterisco* en el cuadro III). Durante la

Cuadro I - Nicks relacionados con el Nombre Propio

Nick	Probable nombre propio del usuario
andreu	Andrés o Andreu
sebastian23 *	Sebastián
enmanuel	Emmanuel o Manuel
Christian24	Christian
KATY10	Katy
johel	Johel, o Joel
ani 15	Ana o Ani
fara	Fara o Farah
BRENDA17	Brenda
daniela	Daniela
Evarama	Eva
Rob	Roberto
rogermtv	Rogert
↳ @RosaMaldita@¥ ◀	Rosa
WILFRIDA_	Wilfrida
Thierry	Thierry
bryan999	Bryan
CHARL	Charles o Carlos
caterine18	Caterine
samara	Samara
angy	Angélica
BENNY_7777	Bernardo
Esteban Tico	Esteban

* En algunos casos el número corresponde a la edad o al número de personas que con ese mismo nick aparecen en ese chat; en este caso el mismo sistema asigna el número.

mesa de discusión, el participante José Carlos (19 años), señaló que “por identificación con algún equipo de futbol”, lo que confirma lo anterior.

En otros casos no se pudo conseguir el significado, lo cual viene a ser reforzado con las siguientes participaciones en la mesa de discusión:

a) Kramsky (19 años): *Usa caracteres del alfabeto árabe, pero no sé su significado.*

b) Rodrigo (19 años): *De lo que leo y sé de cultura general.*

Cuadro II - Nicks relacionados con identidades culturales y espaciales, cualidades físicas, habilidades y personajes

Identidad cultural/espacial*	Característica física	Habilidad**	Personajes***
Esteban tico (de Costa Rica)	la _hermosa_	EL AMANTE XXX	spiderman
Phantom_chis (Chiapas)		SOÑADORA cupido star gatita rica FRESITA Conquistador	LOKILLO FATHER_BATMAN ELCABALLEROAGUILA2

*En el caso de la identidad cultural o espacial, podemos señalar que incluso existen comunidades virtuales cuya temática es precisamente ésta.

** Las habilidades casi siempre están relacionadas con la temática sexual.

*** En cuanto a los personajes tenemos a un participante en el grupo de discusión (25 de septiembre de 2003) que dijo colocarse el nick "con base en el personaje que quieres ser" (Mario, 22 años).

Cuadro III - Nicks sin categoría

Otros
Rosfranis
Minita
Medi
Neymi
goc hi
chantis2003
optimus prime
trapito
La_coris
feltkurtin51
aBe_18
Halcon_1
«T;€@@À¥LiBe@Tòd»
Chivahastalamuerte11*
1090_Puma*
MARLEY_SON
Labebetienra
Mkyova
Acuarios
Angy
Yue

* Nicks identificados con equipos del futbol mexicano

Si antes se habló del emisor, exactamente lo mismo pasa con el receptor: es un ser anónimo sentado frente a una pantalla, moviendo sus dedos en un teclado:

Paradójicamente, es posible que por medio de las computadoras, tildadas tan frecuentemente de deshumanizadoras y alienantes, el ser humano se humanice; que por medio de ellas redescubramos que el ser humano es valioso sin importar su color, país, religión, sexualidad, apariencia, costumbres, etc.; que finalmente lo importante del ser humano es él mismo sin las barreras y prejuicios que acostumbramos anteponerle en la vida cotidiana.¹¹

Ante esto, lo único tangible es el mensaje, que aparece letra tras letra en la pantalla.

Respecto al contexto, generalmente los *internautas*¹² y usuarios del *chat*, no distinguen *a priori* a las personas con quienes entablan comunicación por este medio; ni por su cultura, ni por sus creencias, ni por sus pensamientos, ya que en la mayoría de los casos la identidad, personal y social, no es tan importante. Ciertamente que en las conversaciones comunes del *chat*, existe una importante carencia de información visual y auditiva para conocer aspectos de la identidad de los usuarios.¹³ También es cierto que, a primera vista, no es un problema mayúsculo para quienes, simplemente, desean socializar durante un momento con navegantes desconocidos en la red. Sin embargo, existen tres componentes básicos en los *chats*, que dan idea de quién es el sujeto interactuante del otro lado del monitor: el entorno, los participantes y la conversación.

Los componentes serán entendidos de la siguiente manera:

1. El entorno.
 - a. Entorno de la sesión. Todo lo que suceda a nivel discursivo en la sesión.
 - b. Entorno del emisor/receptor del que podamos obtener información (lugar donde se encuentra, horario, edad, sexo).
2. Los participantes. Los *nicks* de los participantes que aporten información sobre y los perfiles de los usuarios que aparecen en la red.
3. La interacción conversacional. Quién conversa con quién y de qué hablan.

Los *internautas* en México, según el estudio sobre los “Hábitos de los usuarios de Internet en México, 2003” que ya hemos mencionado,¹⁴ realizado por la Asociación Mexicana de Internet y por la empresa consultora Select, publicado el 13 de enero de 2004, son jóvenes de 18 a 34 años

quienes en mayor medida se “conectan” a Internet, con un 65%; las personas mayores de 45 años recurren menos a este medio, con un 12% del total.

Este mismo estudio da otra serie de indicadores que perfilan a los cibernautas mexicanos:

- a) El mayor número de ellos radican en el Distrito Federal (34.4%) y en las ciudades más desarrolladas.
- b) En cuanto a la ocupación, el 53% son empleados. Les siguen los estudiantes, con 17%.
- c) Escolaridad: el 69% tiene estudios superiores.
- d) Nivel socioeconómico: el 48% tiene ingresos altos, la clase media representa el 46%, mientras que las personas de bajos ingresos, solamente el 6%.
- e) El lugar preferido de acceso: la casa (39%), el trabajo (34%), los cibercafés o bibliotecas (13%), la escuela (8%) y, finalmente, con parientes y amigos (6%).
- f) Antigüedad en la conectividad: el 54% tiene entre tres y seis años de conectarse a Internet; el promedio es de 4.8 años.
- g) Frecuencia de conectividad: un 80.6% se conecta de cinco a seis veces semanales.
- h) Tiempo de permanencia en la conectividad: el 42% dura más de 120 minutos.
- i) Actividades que realiza: consulta y envío de correos electrónicos, es el 87%; sin embargo, en cuanto a las actividades más frecuentes, no aparece el *chat* como tal.

En síntesis, todos los cibernautas poseen las habilidades y el acceso para utilizar el *chat* al ingresar en el ciberespacio para apropiarse de él y conformar la llamada *cibercultura*, lo cual los convierte en parte de una comunidad, la virtual.

Al respecto, Jesús Galindo (1998:4) afirma:

El mundo moderno industrial ha colonizado el planeta de forma tal, que recursos y energía están en un estado de emergencia. La ecología del mundo moderno tiene rostros múltiples, desde la barbarie de la robotización de lo social hasta la subordinación de formas sociales no modernas que están dentro de su dominio pero no configuradas al tope en su lógica y en su organización. Pero la concentración ha sido tal, la organización ecológica

ha sido tal en el corazón del mundo moderno, que surgió un nuevo umbral de complejidad. Algo que llama a nuevos tipos de relaciones sociales, a la construcción de un nuevo tipo de civilización. En el corazón del mundo industrial moderno nace la cibernación, y con ella la cibercultura correspondiente. El ciberespacio está abierto, y nuevos colonos aparecen y lo ocupan. Una nueva socialización está en emergencia, algo distinto y semejante, una vez más. El mundo ha cambiado, un nuevo territorio ha nacido, extenso e inmenso. Y casi cualquiera lo puede explorar y ocupar, casi. Y esa es una enorme novedad que se difunde como llamaradas en hojas secas.

Ese “casi” está condicionado principalmente por la economía de la “brecha tecnológica”, pues el acceso a la tecnología depende de que el usuario o su familia tengan las posibilidades monetarias para comprar una computadora y pagar el acceso a Internet. En caso de no estar dentro de este pequeño grupo poblacional, el ingreso dependerá de las políticas educativas e informativas gubernamentales.

Como el mismo Galindo (1998:4) señala, “el ciberespacio está abierto” y por lo tanto la comunidad adquiere otro sentido, menos determinado por un espacio físico y más identificado con el querer compartir un tiempo y una forma de ser y de pensar, donde el rasgo distintivo que los hace ser identificables es eminentemente virtual.

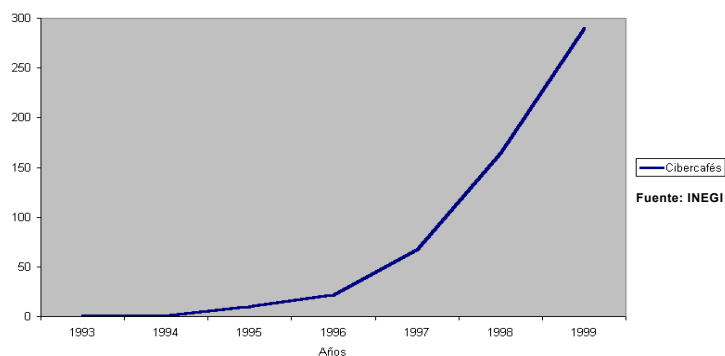
Sin embargo, en algunas salas de *chat* existe una norma para entrar y es que se debe de tener “perfil” (del que ya se habló antes). Esto permite que el moderador, en caso de que exista, o los demás integrantes de esta comunidad, lo identifiquen con mayor precisión. Esto no es lo común y frecuentemente las fichas de registro permanecen vacías o con datos difusos.

Una consulta realizada el 16 de junio de 2003 a la página del Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI),¹⁵ muestra el panorama general sobre el crecimiento de los cibercafés en México, como puede apreciarse en la Gráfica II en la siguiente página. En él se bosqueja el crecimiento de los cibercafés de 1993 a 1999; sin embargo, no hay información actualizada y, simplemente, encontramos registrado al estado de Colima con cero en el Cuadro IV.

En 2001 se realizó una tesis acerca de los cibercafés en Colima y Villa de Álvarez, precisamente porque era asombroso su crecimiento, ya no se diga en todo el estado,¹⁶ donde encontramos información sobre veinte cibercafés.¹⁷

A mayor ingreso per cápita en un país, menores son los cibercafés. Se entiende por cibercafé el espacio público en el cual, a través de un pago, se puede utilizar una computadora con acceso a Internet y a servicios de

Gráfica II - Crecimiento de los cibercafés en México (1993-1999)



Cuadro IV - Cibercafés en México por entidad federativa*

Estado	Número	Porcentaje
Aguascalientes	4	1.40%
Baja California	4	1.40%
Baja California Sur	2	0.70%
Campeche	5	1.70%
Chiapas	10	3.50%
Chihuahua	5	1.70%
Coahuila	10	3.50%
Colima	0	0.00%
Distrito Federal	42	14.70%
Durango	5	1.70%
Estado de México	24	8.40%
Guanajuato	4	1.40%
Guerrero	7	2.40%
Hidalgo	3	1%
Jalisco	17	5.90%
Michoacán	15	5.20%
Morelos	8	2.80%
Nayarit	0	0.00%
Nuevo León	7	2.40%
Oaxaca	7	2.40%
Puebla	9	3.10%
Querétaro	6	2.10%
Quintana Roo	8	2.80%
San Luis Potosí	2	0.70%
Sinaloa	18	6.30%
Sonora	15	5.20%
Tabasco	11	3.80%
Tamaulipas	7	2.40%
Tlaxcala	3	1.00%
Veracruz	24	8.40%
Yucatán	2	0.70%
Zacatecas	2	0.70%
Total	286	100.00%

* Fuente: INEGI

impresión y de fotocopiado. El nombre se conformó como una manera de unir ambos servicios prestados, pues muchos de ellos funcionaban como cafés, por lo cual en la cuota iba incluido el costo de un café o un refresco. Esa tendencia ha ido desapareciendo.

En cuanto a los costos:

En promedio, los cibercafés cobran 28.50 pesos (casi 3 dólares) por hora de consulta en Internet, con un máximo de 60 pesos (6 dólares) y un mínimo de 15 (1.50 dólares). Sin embargo, casi el 75% ofrece promociones de diversos tipos, como membresías y descuentos”.¹⁸

En la actualidad, las tarifas son más económicas y oscilan alrededor de los 10 pesos (menos de un dólar); sin embargo, hay que considerar que el salario mínimo de los trabajadores en este país es de 43.65 pesos diarios –casi \$4.35 dólares, dependiendo de las variaciones cambiarias, para tener una dimensión clara de quiénes pueden pagar servicio. Si lo hacen desde su casa, el costo mínimo es de \$150.00 pesos (menos de 15 dólares).

El mensaje

¿De qué hablan?

Las personas que utilizamos la tecnología para comunicarnos, sabemos que, a veces, no es el medio más efectivo para llegar a nuestros destinatarios, pero sí resulta de gran ayuda para dialogar con personas lejanas o cercanas; además, ahorran tiempo de espera para entregarles los mensajes de manera personal y permite, incluso, la ubicuidad.

Cuando nos relacionamos en la vida cotidiana, a menudo existen problemas de entendimiento donde intervienen muchos factores; el más común, no emitir correctamente los mensajes, o la falta de atención y comprensión de quien recibe la información.

La comunicación vía Internet, en específico los *chats*, es sincrónica, es decir, ocurre en el mismo tiempo pero no en idéntico espacio. Precisamente por eso, no deja huella alguna. El *chat* está pensado para el anonimato y por eso, técnicamente, sólo algunos dejan registro temporal, si se les ha configurado de esa manera, pero si funcionan en modo textual, es casi imposible registrar y obtener más tarde la sesión. Desde el punto de vista de la metodología utilizada, se recurrió a bajar las sesiones en modo texto, cuando así lo permitió el sistema y en otras ocasiones a la opción de “imprimir pantalla”, sin otro parámetro particular.

Las conversaciones sincrónicas en el *chat* tratan de parecerse lo más posible a una conversación interpersonal, porque:

la comunicación mediante esta red está basada, hoy en día, en el intercambio masivo de mensajes en forma de texto, pero con una clara vocación oral, lo que convierte esta variedad interactiva en un interesante híbrido entre la estabilidad y rigidez del soporte escrito, por un lado, y la espontaneidad y cualidad efímera del habla, por otro (Yus, 2001:10).

Esta situación está cambiando con los dispositivos tecnológicos que permiten al emisor y al receptor hablarse literalmente e incluso verse. Pero ésta es otra línea de investigación; la nuestra es el lenguaje escrito que aún predomina en este medio.

Los seres humanos casi nunca son literales cuando hablan; al contrario, suelen dejar implícita toda aquella información que creen que su interlocutor podrá obtener por sí mismo, y basan la interpretación que buscan con su enunciado (el denominado *significado del hablante* en oposición al descontextualizado *significado de la oración*), en la capacidad del interlocutor para aportar la información contextual que le permitirá interpretar correctamente el sentido final del mensaje (Yus, 2001:16).

En la vida real las personas hablan en un lugar determinado y después se dan cuenta si tienen puntos de coincidencia, precisamente por lo que conversan. En el *chat* sucede lo contrario: el ciberespacio determina que la gente hable de algún tema de interés compartido.

A continuación se enlistan, en orden alfabético, una serie de taxonomías construidas a propósito de grupos con intereses similares en el *chat*.

1. Relaciones personales.
 - a. Amistad.
 - b. Romance
 - c. **Sexo**¹⁹
2. Conocimiento sobre un tópico en común.
 - a. Colecciones
 - b. Deportes
 - c. Edades
 - d. Grupos Urbanos
 - e. Mascotas
 - f. Religiones
 - g. **Sexo**

Si observamos la primera y segunda taxonomías construidas, la palabra sexo (señalado con la letra **c** y **g**, respetándose el orden de presentación) se repite, al menos para motivos de este análisis.

Sobre el sexo se puede hablar mucho, pero no es precisamente el objeto de estudio de esta investigación, sino una de sus vertientes, en la cual

hay una gran riqueza gramatical, además de dejar una línea abierta para un estudio psicológico. En este tipo de *chats* (los de sexo), lo que más se puede encontrar es la imitación, hasta donde es posible, del lenguaje oral, incluido el aspecto onomatopéyico, de una gran riqueza.

Sobre el punto de “romance”, Cortés, González y López (2001:75) afirman que:

a partir de las nuevas tecnologías el cortejo ha cambiado, pues ya no es necesario ir a los lugares públicos a los que normalmente se iba a “ligar”, ahora se accede a salas para conocer a las personas y agregan que este tipo de salas han ayudado a los varones a romper los miedos del cortejo, ellos visualizan a una joven más preparada y por ello exigente; a través del *chat* rompen sus miedos y entonces se lanzan a la aventura de conocer a la que según el *nick* creen que puede resultar una buena compañía. Una vez que construyen un modelo en su cabeza se atreven a vencer la barrera del monitor e invitan a la joven a conocerse en persona. Por otra parte, la mujer realiza las mismas formas de cortejo como las que utilizaría si estuviese en el parque; en lugar de su apariencia coqueta está el *nick* que generalmente es su nombre, una vez que ha entrado se espera a que el varón sea el que inicie la conversación en el parque, esperaría a que después del coqueteo el joven se acercara y le preguntara su nombre.

Lo anterior, dicho en las palabras de los jóvenes participantes de la mesa de discusión, guarda grandes similitudes:

- a) Lobo: *para ligar chavas.*
- b) Liliana: *chateo con mis amigos.*

Se conserva la esencia del cortejo pero puesto en una plataforma, como antes se hizo con las cartas que jugaron un papel fundamental para que los enamorados “se conocieran” (en algunos casos los involucrados no se conocían físicamente), ya que la sociedad no permitía el contacto (ni físico, ni intelectual) entre hombres y mujeres “desconocidos”. Ahora las razones son otras.

¿Cómo se estructuran esos mensajes?

La oralidad conforma personalidades dentro del *chat*. En una sesión se pueden conocer diferentes voces utilizadas en un mismo idioma, como es el español; en virtud de que los participantes de la sala no comparten el mismo entorno cultural y, por lo tanto, aportan los regionalismos del propio lenguaje al resto de los participantes, pero también tenemos otro

tipo de usos del lenguaje que conforman esas personalidades virtuales, como el repetir las mismas frases o utilizar algún símbolo de manera recurrente.

Justamente, para compensar esa otra parte del sentido de lo hablado que dan los gestos a la cara, surgen los *smileys*. En nuestro lenguaje también son conocidas como *caritas*, o *emoticones* (una combinación de las palabras inglesas *icon* y *emotion*): serie de códigos que representan estados de ánimo, rasgos físicos y lo que la imaginación sea capaz mediante un código de símbolos. Por ejemplo:



Éstos se encuentran en el *MSN Messenger* de *Hotmail* –tal vez de los servicios más conocidos–, aunque otros sitios como el *Latinchat* tienen algunos diferentes.

Estos pictogramas, que combinan letras y símbolos del teclado, representan de manera esquemática gestos faciales. Hasta aquí la definición de emoticon. Hay unanimidad por lo que se refiere a la iconicidad entre emoticonos y gestos faciales (Torres, Marta, 2001).

Hay otros que no son precisamente pictogramas: la combinación de letras y signos de puntuación del teclado, donde la creatividad es fundamental para su decodificación. Como ejemplos de ellos, véase el contenido del Cuadro V:

Significado	Símbolo
Sonrisa	:)
Sonrisa básica	:-)
Guiñando el ojo	;-)
No me gustó la última frase	:-(
Indiferencia	:-
Comentario sarcástico	:->
Comentario diabólico	>:->
Usuario zurdo	(-:

Sin embargo, esta construcción de imágenes llega a ser compleja y no siempre entendible para todos. Durante la mesa de discusión tuvimos un claro ejemplo de lo anterior, pues Blanca (19 años) dijo:

al principio empiezas escribiendo normalmente, pero al pasar el tiempo te da flojera y empiezas a cortar las palabras. Cambian por ahorro y por facilidad. Para dominar el mismo lenguaje tratas de sustituir palabras y de utilizar códigos para economizar el tiempo o la forma de hablar, para conocer los diferentes códigos preguntas cómo utilizarlos.

Como si lo anterior fuera parte de un proceso natural, otro de los participantes, Mario, afirmó que “le costó trabajo porque no conocía los símbolos y contracciones de las palabras”.

Este lenguaje se justifica debido a la baja velocidad al estar en línea, tenida en un inicio, así como a las características de la computadora, modem y acceso a la red. También a las escasas herramientas de escritura en algunos teclados y a la necesidad de respuestas cortas y rápidas para volver más fluida la conversación, así como por el costo que representa estar en línea –aunque algunos cibernautas no tengan conciencia de ello, al hacerlo desde un espacio laboral en el que el costo no es asumido por ellos directamente. Pero también porque:

cuando la persona es capaz de representar mentalmente una información y aceptarla como verdadera o probablemente verdadera, dicha información es manifiesta (Sperber y Wilson, 1986:39). La unión de todos los hechos manifiestos se denomina entorno cognitivo, y la suma de todos los hechos que la persona puede percibir o inferir se denomina entorno cognitivo total. Es en estos entornos donde se valora el grado de manifestación de los supuestos que acceden a la mente. Cuando la persona detecta un estímulo y, normalmente, advierte una paralela intencionalidad, determinados supuestos sobre éste son más accesibles que otros y la cognición humana jerarquiza los supuestos que genera un estímulo de acuerdo a su grado de manifestación (Yus, 2001:46-47).

En este sentido, los *smyles* o *emoticones* son una forma de pertenencia a la misma comunidad en la cual se “crean” expresiones faciales –en mayor medida– con los recursos del teclado, donde la delimitación de la cara está dada por los símbolos que permiten abrir y cerrar un paréntesis y su representación completa es de forma horizontal para que ocurra la delimitación mencionada. Los ojos son los dos puntos (:) y la boca se representa con el mismo signo de cerrar paréntesis o el símbolo que permite poner en una ecuación “que es mayor que” (>). A partir de esa base, existe una reelaboración mental de los gestos faciales mediante símbolos o letras.

Otra característica de los mensajes transmitidos en los *chats* públicos es que no se tratan los temas a profundidad. La salas públicas imitan los lugares públicos –valga la redundancia– en los cuales se coinciden con

otras personas y se aluden a tópicos que no comprometen los interlocutores, pero que dan la pauta para “introducirnos” –tomándolo como un anglicismo– en una comunicación más íntima, situación que ocurre en el *chat* en los “privados”, no otra cosa más el entrar en un contacto interpersonal más directo pero donde el resto de los participantes dejan de ser espectadores de dicha conversación. En la mesa de discusión, Kramsky (19 años), dijo que “son diferentes el *chat* público y el privado, el *chat* público es más popular y envían basura. El *chat* privado es más personal”. Ellos tratan, hasta los límites de lo imposible, imitar la comunicación cara a cara, por lo que no respetan las reglas gramaticales e imitan con sus dedos la manera en la que hablan, o lo más semejante que existe a esto. No hay puntuaciones, más bien espacios. Los signos de admiración o de interrogación se utilizan de forma exagerada en un afán de ser más “expresivos”. Esa exageración no es en el sentido de utilizarlos gramaticalmente bien, una y otra vez, sino de ponerlos en donde se quiere manifestar tal sentimiento, aunque gramaticalmente no sea lo adecuado. Como ejemplo de lo anterior, véase la información del Cuadro VI:

Cuadro VI - La oralidad en las conversaciones del *Chat*

chantis2003 : sebastian creo k somos el uno para el otro
ani 15 : cuerpo nss
johel : hablen por q ya se acaba mi tiempo
chantis2003 : syyyyyyyyy dime
phantom_chis : muy bonitoonito
chantis2003 : mmmmmmmmmm
chantis2003 : sebastia kkk gocho

Como ayuda a esa manifestación de sentimientos, han surgido los *emoticones*, *caritas* o *smyles*, de los que ya hemos hablado.

También las rutinas comunicativas imitan a la vida cotidiana: un caso es el primer contacto con una persona o, mejor dicho, con un personaje a través de un *nick*. Son las mismas preguntas cuando, por primera vez, se habla con alguien en un consultorio médico, el supermercado o la cafetería (al respecto, véase el Cuadro VII de la siguiente página).

Sin embargo, existen grandes diferencias, puesto que en el *face to face* hay una rutina que implica inicio y fin: el anonimato posibilita que los “chateadores” salgan y entren en estas salas a su voluntad o cuando la red lo permite, de tal manera que, muchas veces, el ciclo no se cierra.

Cuadro VII - Las preguntas en las conversaciones del *Chat*

Preguntas

chikis : como estas
Thierry : HAY ALGUNA CHICA LINDA POR AQUI ???
FRESITA : SPIDERMAN Y CUANTOS AÑOS TENES
chikis : de donde eres
chikis : que edad tienes
minita : y que haces
ani 15 : hola cmo andas
mkyova : quien quiere fumar marihuana
neymi : que edad tienes
spiderman : y donde estudias
chantis2003 : de donde eres
chantis2003 : eres hombre verdad o no?
sebastian23 : de donde eres amor
sebastian23 : gatita rica que tan rica eres bb
gatita rica : hola seba de donde eres
FRESITA : SPIDERMAN SOY DE NEUQUEN Y VOS
sebastian23 : y tu gatita
andreu : yue quieres parar al privado
fara : alguien que conteste soy una chava necesitada de...
andreu : yue quieres parar al privado
chikis : que edad tienes
FRESITA : HOLA ALGUIEN QUIERE CHARLAR CONMIGO EN
cupido star : soy de méxico y tu
gatita rica : de chile que edad tienes
Christian24 : jos no?
spiderman : yo soy de TALCA y de que comuna eres
spiderman : yo tambien de que ciudad
gatita rica : hola quien quiere charlar con una gatita
chikis : como estas princesa

Tampoco se respetan las reglas ortográficas, los acentos prácticamente no existen. Si se trata de una conversación normal deberá estar escrita con minúsculas, sin que necesariamente al inicio se encuentre la mayúscula. Éstas últimas, tienen la función de dar al receptor la imagen visual, de quien lo está haciendo, en un tono alto o gritando: a mayor tamaño de la letra, mayor es la intención de gritar.

Como el *chat* tiene la característica de ser mensajería sincrónica, es importante mantener la conversación, por lo cual en la mayoría de las ocasiones ni siquiera se presentan ideas completas. También es importante conservar la atención del receptor, antes de que éste decida abandonar la sala.

Casi siempre alguien elabora una pregunta y otra persona, en la misma sala, puede contestarla con un monosílabo o dar una respuesta un poco más larga, pero no mayor a dos renglones.

En el caso de haber respondido de esta última manera, el mensaje puede contener frases sueltas que expresen el sentimiento acerca de la pregunta o incluso hasta una oración, podría decirse, incompleta, pues carece de todos de los componentes propios de esta estructura, el sujeto, verbo y predicado.

Cuando el canal es lento, poco capaz o muy caro, las personas que intercambian información prescinden de los elementos más redundantes. Esto se ha visto en el pasado, por ejemplo, en los telegramas: el típico mensaje telegráfico eliminaba artículos y partícula (Millán, 2001:182).

¿De qué manera aprenden este lenguaje?

Una vez que entran a la primera sesión de *chat*, inicia el aprendizaje con la socialización ocurrido a partir de ese instante. De nuevo, hay gran similitud con la vida cotidiana. Primero se observa y las primeras participaciones son tímidas, con respuestas cortas, pero es fácil percatarse de la dinámica en el mismo, y del significado ahí escrito o se intenta dibujar. El principiante pregunta al que no lo es. De esta forma, ante el principiante, el otro sujeto se convierte en experto.

Al respecto Zapata (2003:2) afirma:

a los conflictos de comunicación, que estos hechos comportan, se añade el que los nuevos usuarios desconocen los usos de la red e incluso ciertas conceptualizaciones no están formadas suficientemente o se ha desarrollado de forma espontánea. Y de esta manera chocan con las actitudes de los usuarios ya avezados, que encuentran naturales ciertas prácticas y usos incomprensibles para los recién llegados y acuña el termino *netiquette* cuya traducción sería “buenas maneras en la red”.²⁰

En la observación participante vivimos ese proceso y muchas veces debimos preguntar qué significaba tal o cual cosa. En un segundo momento también respondimos a otros sobre el mismo tema.

Conclusiones:

el discreto encanto del Chat

El *chat* es un sistema sincrónico de comunicación escrita y, por lo tanto, carece de lenguaje corporal e intenta suplirlo mediante el uso de los elementos que aquí describimos (pictogramas y caritas/smyles/emoticones).

Sin embargo, en este sistema existen dos tipos de comunicación claramente diferenciados: la interpersonal y la grupal.

La comunicación interpersonal, que trasciende el espacio y el tiempo, permite comunicarse con personas que están a grandes distancias y en diferentes momentos del día a través de un dispositivo tecnológico en el llamado ciberespacio, utilizando otra herramienta, dentro del mismo sistema: los mensajeros²¹ o bien, mediante la utilización de los privados,²² donde el internauta crea una lista con nombres y direcciones electrónicas de las personas con quienes desea establecer comunicación y a través de la configuración del mismo, puede impedir el acceso a otra persona cualquiera. La comunicación grupal, por otra parte, es en la que se discute algo o simplemente se charla. Se lleva a cabo en las salas públicas del *chat*.

Evidentemente, en ambos casos, aparecen las características de una comunicación que podríamos llamar normal, pero con las particularidades del *chat*:

Una conversación aquí tiene todos los componentes de un proceso de comunicación con las siguientes particularidades:

1. Mantener la incógnita sobre el interlocutor, es decir, se desconoce, con quien se habla, cómo es, sus gustos, sus características, etcétera, a no ser que el interlocutor informe de ello; siempre se correrá el riesgo de que los datos sean inexactos, pues la mentira es frecuente en las conversaciones cibernéticas, precisamente a causa del anonimato del usuario. También puede suceder lo contrario, es decir, que al no haber presencia física, la vergüenza puede ser mucho menor y el usuario podrá aprovechar la situación para narrar lo que en otras ocasiones callaría, pues impera un entorno propicio para la desinhibición. Es realmente difícil –muchas veces imposible– distinguir cuándo ocurre una u otra situación, a no ser que se acabe conociendo al interlocutor en persona. Esta característica convierte al *chat* en un elemento interesante para las relaciones interpersonales, pues la pérdida de la vergüenza que existe al comenzar una relación otorga muchas más facilidades comunicativas que en las comunicaciones cara a cara, donde el principal problema suele ser iniciar la conversación.

2. A través del *chat* se lee lo que se desea leer, no lo que se intenta decir. Mejor aún, los interlocutores dicen lo que quieren decir, pero se entiende lo que se quiera y se pueda entender. No es éste un problema del contexto, del mensaje o del canal, sino de los individuos, quienes en su interés por relacionarse a través de la red, interpretan el mensaje como desean, como a ellos les gustaría que fuese. Es un problema evidente para que se dé una comunicación correcta, pues los malentendidos suelen ser frecuentes, aunque no es un problema de mayores consecuencias dado en el contexto en el que se desarrolla.
3. Es un lenguaje escrito que busca parecer hablado, por lo que, al carecer del componente corporal, éste se intenta suplir en el *chat* a través de los emoticones.
4. La economía de palabras, para lo cual también se usan abreviaturas, como el uso de la letra “k” en lugar de “que”. Lo anterior economiza recursos comunicativos, principalmente; además facilita una rápida comunicación.

El *chat* es, en definitiva, un sistema de comunicación sincrónico en red cada vez más utilizado, cuyo lenguaje se impone poco a poco al interior de la misma comunidad, pues supone gran economía de esfuerzo comunicativo.

El encanto del *chat* es el anonimato: ser quien yo quiero ser.

Como última reflexión, cabe resaltar que los modelos de comunicación existentes no han tenido en cuenta la asombrosa expansión de Internet y, por ello, no comprenden sus características a cabalidad ni permiten un análisis exhaustivo y pertinente del medio. Es un campo de estudio propicio para nuevas reflexiones que redunden en la conformación de modelos para una mejor interpretación de la realidad.

Notas y referencias bibliográficas

1. En algunos *chats* se puede saber el número de participantes de la sala, pero el número es variante segundo a segundo.
2. Al momento de hacer la investigación, se encontraron 79 y sólo en tres de ellos salas por edades (*Latinchat*, *MSNChat* y *Redplaneta*).
3. Los que se encontraron están relacionados con romance o sexo.
4. Adriana Cruz.
5. La muestra 2003 fue de 5,770 entrevistas. Los resultados pueden consultarse en: las páginas de la Asociación Mexicana de Internet - <http://www.amippci.org.mx> y de la empresa consultora Select - <http://www.select.com.mx>.
6. Covarrubias Cuéllar, Karla en: Seminario de Investigación I el 04/12/2003.
7. En adelante, solamente se hará referencia a ésta como la mesa de discusión así como al nombre y la edad de sus participantes.
8. Ésta es la que nos sirve para explicar el proceso, en virtud de que no se garantiza la respuesta, que es la perspectiva de la nuevos paradigmas comunicativos.
9. Mar Monsoriu Flor en: http://www.mixmarketing-online.com/vocabulario/vocabulario_letra_c.html#chat.
10. Nombre de un programa televisivo mexicano de TV Azteca.
11. <http://www.ceu.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n2/ladohumn.html>
12. Persona que utiliza Internet con frecuencia y tiene integrada la Red en sus quehaceres personales y profesionales.
13. Actualmente hay dispositivos tecnológicos que permiten escucharnos y vernos en el *chat*.
14. Véase la nota 5 *supra*.
15. Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI) <http://www.inegi.gob.mx>
16. “Jóvenes Colimenses: Usos de los espacios interactivos en la red como una forma de socializar” de Mónica Cortés López, Rosalía González González y Aurora López Zepeda (2001).
17. Véase el Anexo I al final de la Bibliografía.
18. <http://www.inegi.gob.mx/informatica/espanol/servicios/boletin/2000/Bpi300/cibercafe.html>
19. Éste es el único tema repetido.
20. Lo que socialmente está aceptado.
21. Ésta es la traducción al español de la palabra *Messenger* con la que son conocidos en este ámbito.
22. Ésta es una posibilidad que existe dentro de las salas públicas de *chat*, en las cuales puedes hablar solamente con una persona que te ha seleccionado o tú has seleccionado.

Bibliografía

- Aronowitz, S. et al. (1998). *Tecnociencia y cibercultura*. Barcelona: Paidós.
- Cortés, M., González R. y López, A. (2001). *Jóvenes Colimenses: Usos de los espacios interactivos en la red como una forma de socializar*. Tesis para obtener el título de licenciatura inédita. Universidad de Colima, Facultad de Letras y Comunicación, Colima.
- Coseriu, E. (1977). *El hombre y su lenguaje. Estudios de teoría y metodología lingüística*. Madrid: Gredos.
- Galindo Cáceres, J. (coord.) (1998). *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. México: Pearson-Addison Wesley Longman.
- (1998b) “Cibercultura, cibercidad, cibernsiedad. Hacia la construcción de mundos posibles en nuevas metáforas conceptuales”. *Razón y palabra*, 10(3). [http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n10/galindo.htm] (Consultada el 8-1-2001).
- Giménez, G. (1996). “Territorio y cultura”, en: *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*. Época II / Vol. II, núm.4. pp. 9-30.
- Gómez, Cruz, E. (2002). “Hacia la construcción de una metodología para el estudio de las ‘comunidades virtuales’” en: *Versión 12*. México, UAM.
- *Cibersexo* (2003). *¿La última frontera del eros? Un estudio etnográfico*. México: Universidad de Colima.
- Halliday, M.A.K.(1982). *El lenguaje como semiótica social. La interpretación social del lenguaje y del significado*. México: FCE.
- Krippendorff, K. (1997). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. España: Paidós.
- Lunenfeld, P. (2001). *The Digital Dialectic*. USA: MIT Press.
- Millán, J. A. (2001). *Internet y el español*. España: Biblioteca Fundación Retevisión Auna.
- Sperber y Wilson, (1986). “Understanding Verbal Understanding”, en: J. Khalfa (1994).
- Torres, M. (2001). “Funciones pragmáticas de los emoticonos en la comunicación mediatizada por ordenador”, en: *TEXTOS de la CiberSociedad* (<http://cibersociedad.rediris.es/textos>)
- Yus, Francisco (2001). *Ciberpragmática*. España: Ariel Lingüística.
- Zapata Ros, M. (2003). “Las buenas maneras en Internet”, en: *Tonos. Revista electrónica de estudios filológicos*, Murcia. 5(30).

Páginas WWW consultadas

http://www.mixmarketing-online.com/vocabulario/vocabulario_letra_i.html#internauta
<http://www.ceu.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n2/ladohumn.html>
<http://cibersociedad.rediris.es/textos>
<http://www.quadernsdigitals.net/articles/idg/chats>
<http://www.enredando.com/cas/enredantes/enredantes52.html>
<http://www.guias.se/~oscar/adiccion/comunicacion.html>
<http://www.virtualisimo.com/chat/ayuda.cfm>
<http://www.inegi.gob.mx>
http://www.ociototal.com/recopila2/r_internet/smileys.html
<http://sites.uol.com.br/globalization/chatsm.htm>
<http://www.enredando.com/cas/enredantes/enredantes52.html>
<http://www.TONOSDIGITAL.COM/>
<http://www.amipci.org.mx>
<http://www.select.com.mx>

Cuadro Anexo I - Cibercafés de Colima

- 1 Cibercafé de Colima
- 2 Compuweb
- 3 Punto Com
- 4 Compunet
- 5 Enlace
- 6 La Web@
- 7 Ciber PC
- 8 S/Nombre (Silverio Núñez 507)
- 9 S/Nombre (Revolución 410)
- 10 Ciberchesco
- 11 Ciberespacio
- 12 Cibernet
- 13 Millenium
- 14 Club Colima Net
- 15 Colima On Line
- 16 Ciberchido
- 17 S/Nombre (1° de Mayo)
- 18 Ciber Allende
- 19 Link @ ciberclub
- 20 Club Red