

## PRÓLOGO

Se dice que la influencia de las nuevas tecnologías, el escaso interés por la lectura y una mayor tolerancia están detrás del deterioro de la capacidad de expresión de los universitarios españoles. También, el empleo abusivo de las comas y el uso errático de las tildes y los signos de puntuación se encuentran entre los errores más frecuentemente citados.

Lenguaje de internet y disortografía tienden a ir coasociados, aunque no necesariamente. No se trata tanto de aplicar la norma ortográfica al ciberlenguaje como de adaptar la norma ortográfica a este tipo de lenguaje. En este sentido, ha actuado con acierto la RAE al publicar el *Libro de estilo de la lengua española según la norma panhispánica* (2018), dedicando el capítulo 5 a este tema. Un manual de uso y estilo precedente sería el de García-Gordillo, Ramos-Serrano y Fernández García, *Manual de uso y estilo de redes sociales en la Universidad de Sevilla* (2017).

No todo es malo en los textos antinormativos, pues hay mucho de creatividad e innovación, cuando no de recuperación de signos que cayeron en desuso, a los que ahora se les ha vuelto a dar una segunda oportunidad, como sucede con el guion bajo o la barra, muy frecuentes en las herramientas informáticas y las TIC, es decir, las Tecnologías de la Información y la Comunicación. También los géneros discursivos influyen en el uso distribucional de los signos de puntuación, ya que, aunque se cuenta con los mismos signos de base, se observa la preferencia por unos u otros, o incluso la ausencia de uso en algunos.

Como se sabe, actualmente el español cuenta con once signos de puntuación: el punto, la coma, el punto y coma, los dos puntos, los paréntesis, los corchetes, la raya, las comillas, los signos de interrogación, los signos de exclamación y los puntos suspensivos (RAE-ASALE 2010), a los que hay que añadir nueve signos auxiliares: el guion, la barra, la antilambda o la diptera, la llave, el apóstrofo, el asterisco, la flecha, el calderón y el signo de párrafo. En el lenguaje de internet, signos auxiliares como el guion bajo, la antilambda y la almohadilla, entre otros, han pasado a un primer plano y todos los signos, en general, de puntuación conviven con emojis o emoticonos, por lo que se ha hecho necesario regular su copresencia.

A propósito de los emoticonos, si en el lenguaje analógico la vista y el oído son los dos sentidos más importantes, en el lenguaje digital de las redes sociales analizadas en este libro se detecta que en ellos los dos puntos, asociados a los ojos, son los que priman y están bien definidos, mientras que para la boca hay una indefinición al existir siete signos de puntuación alternantes: comillas inglesas, comillas simples, punto y coma, coma, cierre de paréntesis y barra y punto, no dándose presencia alguna de los signos para el oído.

La investigación que ha llevado a cabo Susana Ridaio en este libro resulta muy útil para ver la evolución que sigue la ortografía, y, en concreto, la puntuación, en las distintas redes sociales seleccionadas. Así, la autora puede comprobar en los dos estudios (Ridaio Rodrigo y Rodríguez Muñoz 2013 y este mismo) que ha realizado en la red social YouTube que se consolida la tendencia a perder la raya.

Los estudios de ortografía, incluida la acentuación y puntuación, en el medio digital no se han prodigado. En la última década del presente siglo es cuando se ha producido una eclosión de trabajos especializados por géneros: correo electrónico, blog, chat educativo, foro, web y redes sociales como Instagram, WhatsApp, Tuenti, Twitter y YouTube (Tascón, dir., 2012). Pero tampoco se han prodigado en los cursos para extranjeros, donde se ha descuidado la puntuación, siendo tan necesaria en las destrezas de la comprensión y de la expresión escritas.

Se señala el bajo conocimiento de las reglas ortográficas entre los usuarios de estos medios digitales, pero ¿a qué se debe?, ¿a la poca formación o al desinterés e infravaloración que muestran? La poca formación puede deberse a que el sistema educativo no parece metodológicamente justificar de forma razonada, hasta donde la justificación sea posible, el uso de las reglas de ortografía. Muchas veces los contenidos se exponen para que sean memorísticamente aprendidos y mecánicamente aplicados, cuando, como bien señala Almela Pérez (2018), la actitud de docentes y discentes debiera ser la de respeto y libertad razonada, no la de servidumbre.

Una de las causas que se alega es la falta o escasez de lectura de nuestros estudiantes; sin embargo, cuando se les pregunta a ellos por su nivel de lectura, la mayoría afirma que leen mucho en pantallas digitales, no así en papel. Ahora bien, la lectura en este medio se hace en F, no de forma lineal, sino selectiva en el eje diagonal. Dado el relevante componente visual que posee la ortografía, ¿será que la memoria visual se resiente en el medio digital, resultando más evanescente que en el medio analógico?

Según M. I. Hernández Toribio y A. M. Vígara Tauste (2011), culpabilizar a las nuevas tecnologías de lo que ocurre no se ajusta a la realidad. Cuando los jóvenes comienzan a usar el móvil y el chat ya deberían saber qué se escribe con *b* y qué con *v*. Además, si se sabe distinguir en qué situaciones comunicativas hacer uso, por ejemplo, de las abreviaturas y en cuáles no —es el caso de un examen o de un trabajo de clase—, no debería haber ningún problema.

Por otra parte, al aprender una lengua extranjera, el estudiante suele transferir las correspondencias fonológico-gráficas de su lengua materna. En consecuencia, cuando ambas lenguas divergen en este aspecto, las diferencias gráficas se traducen en errores en la ortografía y en la pronunciación. Esto se debe en parte a que, en el aprendizaje formal, generalmente, el componente visual adquiere más importancia que el auditivo. No cabe duda de que la ortografía puede ayudar en muchos casos a una buena pronunciación y, por ello, en cierta medida, en el aprendizaje de idiomas continúa vigente la tradición lectoescritora heredada de la enseñanza de las lenguas clásicas. El problema es que, en otros muchos casos impide que el aprendiz se beneficie de la transferencia de algunos elementos de su lengua materna a la lengua meta (Llorente Pinto, 2013).

El sentido identitario de grupo en el ciberlenguaje, sobre todo, en las redes sociales, es muy fuerte, así como la construcción de imagen en el usuario. El componente ortográfico también contribuye a ello. Si bien el correcto uso de las reglas de ortografía incrementa la pertenencia endogrupal y también se muestra como un signo de la cultura del entorno, el uso a veces disortográfico y antinormativo de las reglas ortográficas, igualmente, se comporta como un factor constructor de la identidad de grupo y de la imagen de miembro de grupo. Por consiguiente, se aboga por forjar una norma propia del medio digital, que en muy buena parte aprovecha la norma general.

La ortografía no estándar, que se solía penalizar en la escritura tradicional, se utiliza sin sanción, o al menos con más permisividad, en los entornos conversacionales digitales. El uso de abreviaturas y acrónimos en los foros de debate y en los chats son un test de pertenencia a la comunidad, son un vehículo adecuado para la estrategia de cohesión grupal, como sucede también con las jergas y los vocabularios en los discursos de especialidad.

Según D. Crystal (2002), algunas variedades ortográficas disidentes se extendieron de tal forma que se llegaron a convertir prácticamente en uso estándar dentro de su variedad, como *phreak*, *phreaker* o *phreaking* para *freak* ('raro'). Los usuarios adolescentes, en particular, introdujeron varios signos ortográficos fuera de la norma, como *kool* (*cool* ['molón']) y *fone* (*phone* ['teléfono']), o la sustitución de una *o* minúscula por un cero, como en *d00dz* (*dudes* ['tontos']). A este modo de utilizar los signos ortográficos y los neologismos esotéricos para producir una jerga atractiva entre los jóvenes se lo ha denominado *leeguage*.

La lectoescritura en internet es rápida. Rapidez que se concibe como concisión y brevedad. Bajo estas coordenadas, el interés se focaliza en la transmisión de la información. Cuando se escribe un wasap lo solemos ejecutar de prisa, mediante las posibilidades que ofrece la tecnología, como es el hecho de un teclado de tamaño relativamente pequeño para la mano y con prestaciones gráficas no siempre todas disponibles, lo que supone en no pocas ocasiones un inconveniente a la hora

de aplicar bien los signos de puntuación. También se dan casos de una evidente influencia del inglés, como sucede con los signos de cierre de admiración o de interrogación, donde con frecuencia se excluyen los signos de apertura.

El usuario con un buen conocimiento de ortografía echa mano del código elaborado, lo que le permite cambiar de registro y adecuar la norma ortográfica al medio digital, siempre que sea necesario, manteniendo una mentalidad abierta que aporta enriquecimiento con la suma de normas, sin restar. No hay evidencia de que haya una relación directa entre las faltas de ortografía y el medio digital. De hecho, la población mayor de usuarios cuida más la ortografía que la joven, y los jóvenes cometen menos faltas ortográficas cuando escriben un correo electrónico académico que cuando tienen una conversación electrónica por una red social como WhatsApp.

Dado que internet ha venido para quedarse, habría que plantearse el atender a la norma ortográfica empleada en el ciberlenguaje, pero ya no solo desde los libros de estilo, que también, sino desde el sistema educativo como contenido curricular. Lo mismo que se ha enseñado cómo escribir una instancia, se ha de enseñar cómo escribir un correo electrónico, por ejemplo. Y, cuando hablamos de escritura, hemos de empezar por mejorar la alfabetización digital en la comunicación a través de dispositivos electrónicos. La puntuación posee un carácter pedagógico reversible: es, a la vez, causa y efecto de valor educativo. La buena puntuación es consecuencia de una buena estructura mental y, simultáneamente, la favorece. Puntuar bien ayuda a pensar. Quien no piensa con orden, no puntúa bien, y al revés (Almela Pérez 2018).

En el lenguaje digital se alude a la hipersimplificación de los enunciados y a la economía de recursos gráficos: frases completas que se convierten en siglas, palabras en las que se pierden las vocales, por aféresis, síncope y apócope. En este sentido, D. Crystal (2005) alude al hecho de que los jóvenes llegan a abreviar las palabras utilizando “técnicas jeroglíficas”. Sin embargo, advierte de que dichas técnicas no son tan novedosas como pueda parecer, ya que en inglés las palabras formadas por iniciales se han utilizado desde hace generaciones (*asap* ‘as soon as possible’; *fyi* ‘for your information’) y hace tiempo que existen libros de pasatiempos con jeroglíficos. También son bien conocidas las abreviaturas empleadas en códigos y manuscritos medievales y renacentistas, así como, ya mucho más recientemente, en los telegramas, que actualmente adoptan la forma de Telegrama Online Nacional e Internacional por Correos, donde se paga por palabras y texto.

Hay dos tipos de puntuación: la prosódica, vinculada con la oralidad, y la lógico-semántica, relacionada con la escritura. Esta última es por la que apostó la RAE. En el lenguaje de la red convergen ambas, en tanto en cuanto que el ciberlenguaje es un híbrido entre lengua oral y lengua escrita. Para unos, es una lengua

oral escrita; para otros, es una lengua escrita oralizada. La puntuación constituye el eslabón que vincula la escritura con el habla (prosodia y paralenguaje), pero, por otro lado, a través de la puntuación se transmite parte de la información que corresponde a la construcción gramatical (Penas Ibáñez 2018).

Desde la época moderna y contemporánea, la coma es el signo más utilizado, seguido del punto. El hecho de que con el paso del tiempo se incremente el empleo del punto frente a la coma implica una evolución hacia oraciones más cortas, muy usuales en el discurso digital, donde se fragmentan —incluso se atomizan— los enunciados. Por otra parte, aumenta la frecuencia de los puntos suspensivos, los signos de interrogación y los signos de exclamación; todos estos signos de puntuación poseen como denominador común transmitir rasgos propios de la oralidad. Si bien signos como la coma, el punto y los puntos suspensivos conciernen a las pausas, los de interrogación y exclamación atañen a la entonación.

Para Calsamiglia y Tusón (1999), los signos de puntuación se usan en el texto escrito en función de la organización gramatical y de la lógica del sentido. Signos como el punto, la coma, el punto y coma y los dos puntos sirven tanto para segmentar como para relacionar. Desde la linealización temática en la gramática del texto, los puntos suspensivos son temáticos en cuanto que indican conocimientos compartidos, guiños y complicidades que se establecen entre autor y lector, elevando de algún modo el grado de empatía. Lo mismo sucede con la almohadilla o *hashtag*, es decir, la etiqueta de metadatos, un recurso de categorización de contenido en las redes sociales (Penas Ibáñez 2020). La comunicación exitosa es temática, ya que depende ostensivamente de cierto conocimiento mutuo, es decir, de lo que cada interlocutor sabe y sabe que el otro sabe (Reyes 1995).

La puntuación es un mecanismo más de organización del texto y la elección por parte del emisor de los signos de puntuación determina la manera en la que pretende que el texto se interprete, puesto que cada uno de los signos lleva asociada una instrucción de procesamiento que facilita su comprensibilidad. C. Figueras Bates (2014) reflexiona sobre la función procedimental de la puntuación a partir de un texto ampliamente citado en blogs y foros de internet dedicados a la ortografía: el caso de *El testamento de Facundo Fonseca*. Destaca el hecho de que distintas segmentaciones del texto inducen a derivar diferentes interpretaciones, lo que resulta especialmente relevante para los textos en red, en cuanto que hay una tendencia cada vez más consolidada a abreviarlos y acortarlos, sobre todo, en la mensajería instantánea y en los microblogs. Paradójicamente, dada la relativa brevedad de las oraciones, los mensajes escasamente puntuados plantean pocos problemas de ambigüedad, por lo que la mayoría de los errores ortográficos no distraen del contenido del mensaje.

Volviendo a la función procedimental de la ortografía y puntuación, N. Flynn y T. Flynn (1988) mencionan cinco reglas para utilizar el correo electrónico de manera eficiente; en concreto, la tercera hace referencia a vigilar la ortografía, la gramática y la puntuación. En las reglas de puntuación conviven usos objetivos y subjetivos. Como dice la autora de este libro, Susana Ridaó, “hay escribas que prefieren un estilo más pausado caracterizado por la utilización de comas e incluso de puntos, mientras que otros autores en textos similares optarían por colocar menos signos de puntuación para dotar al texto de mayor agilidad”. La pronunciación también está muy ligada a la subjetividad —más que ninguna otra competencia lingüística— y en aquella cobran gran importancia factores del carácter del individuo que, por ejemplo, se enfrenta al aprendizaje de una lengua extranjera, como introversión, extraversión, sensibilidad al rechazo, perfeccionismo, sociabilidad, sentido del ridículo e inhibiciones de todo tipo.

Ahora bien, el margen que da la subjetividad respecto de la opcionalidad de algunos signos no significa que la puntuación sea una cuestión meramente subjetiva. Hay límites claros entre la coma y el punto, pero se bordean las fronteras cuando se trata del punto y coma; de ahí que escasamente se emplee este último en el ciberlenguaje. La investigación de Susana Ridaó así lo prueba en las redes sociales, computando seis casos en frecuencia absoluta. En el lenguaje de internet se hace necesario reajustar los usos de dos de los signos más empleados, esto es, el punto y la coma, cuando perjudican el funcionamiento de hipervínculos o nombres de archivos, como, por ejemplo, cuando se añade un punto o una coma tras una dirección electrónica.

El lenguaje de internet es creativo y así lo hemos podido comprobar en los mecanismos de literariedad en redes sociales y foros del español y del chino (Penas Ibáñez, Vives Luengo y Wang 2019). De la investigación se dedujo que los cuatro mecanismos de literariedad y creatividad digital que ambas lenguas compartieron fueron la homofonía, la homografía, la metáfora y el campo semántico-imagen. De ellos, los más utilizados resultaron ser la homofonía y la polisemia.

Se observó en el análisis cuantitativo de frecuencias, igualmente, que el porcentaje más alto de neologismos detectado correspondió a los neologismos fónicos, con un 27,1 %, frente al español, cuyo mecanismo neológico más frecuente fue de tipo gráfico, con un 47,8 %. Por otra parte, el porcentaje más bajo en español lo constituyeron los neologismos sintácticos, con un 2,2 %, mientras que, en el caso del chino, fueron los sintáctico-semánticos, con un 5,8 %.

La aparición de lo que se ha dado en llamar el *lenguaje pulgar*, es decir, el de los móviles y sistemas de chat y mensajería, ha condicionado, sin duda, el mensaje y la forma de escribirlo y ha dado como resultado una economía en las grafías, en la acentuación, en la puntuación y una mayor libertad en el estilo. Sin renunciar a la norma ortográfica general, se ha de trabajar por depurar la especificidad de

dicha norma en la red. No se trata de usar dos normas distintas, por otra parte, actualmente inexistentes, sino de utilizar la misma adaptándola al uso de internet y ver qué novedades positivas aporta a la norma general.

## Referencias bibliográficas

- ALMELA PÉREZ, Ramón (2018): *Manual de buenas prácticas ortográficas*. Murcia: Editum/ Universidad de Murcia.
- CALSAMIGLIA, Helena y TUSÓN, Amparo (1999): *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*. Barcelona: Ariel.
- CRYSTAL, David (2002): *El lenguaje e Internet*. Madrid: Cambridge University Press.
- (2005): *La revolución del lenguaje*. Madrid: Alianza Editorial.
- FIGUERAS BATES, Carolina (2014): “Pragmática de la puntuación y nuevas tecnologías”, *Normas*, 4, 135-160, <[https://www.uv.es/normas/2014/miscelanea/Figueras\\_Bates\\_2014.pdf](https://www.uv.es/normas/2014/miscelanea/Figueras_Bates_2014.pdf)>.
- FLYNN, Nancy y FLYNN, Tom (1988): *Written Effective E-Mail*. Menlo Park: Crisp Publications.
- GARCÍA GORDILLO, M., RAMOS-SERRANO, M. y FERNÁNDEZ GARCÍA, S. (2017): *Manual de uso y estilo de redes sociales en la Universidad de Sevilla*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- HERNÁNDEZ TORIBIO, María Isabel y VIGARA TAUSTE, Ana María (2011): “Los jóvenes en la publicidad: el estereotipo *collage* y el recurso al humor como estrategias pragmalinguísticas de persuasión emocional”, *Revista de Estudios de Juventud. Monográfico Jóvenes en(red)ados*, 93, 41-60, <<http://www.injuve.es/sites/default/files/RJ93-06.pdf>>.
- LLORENTE PINTO, María del Rosario (2013): “La importancia de la enseñanza de la pronunciación”. Penas Ibáñez, María Azucena. (ed.). *Panorama de la fonética española actual*. Madrid: Arco Libros, 229-252.
- PENAS IBÁÑEZ, María Azucena (2018): *El cibertexto y el ciberlenguaje*. Madrid: Síntesis.
- (2020): “Discurso científico y falsas noticias en internet”. Hernando Cuadrado, Luis Alberto y Penas Ibáñez, María Azucena (eds.). *Análisis del discurso y registros del habla*. Madrid/Frankfurt am Main: Iberoamericana/Vervuert, 195-220.
- PENAS IBÁÑEZ, María Azucena, VIVES LUENGO, Iene y HONGHUI, Wang (2019): “Mecanismos de literariedad en redes sociales y foros: propuesta comparativa entre el chino y el español”. Menéndez de la Cuesta González, Adrián (ed.). *Encuentros digitales: escrituras, colecciones, aprendizajes en español / Encontros digitais: escritas, coleções, aprendizagem em português*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 15-43.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (2018): *Libro de estilo de la lengua española según la norma panhispánica*. Madrid: Espasa.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA-ASOCIACIÓN DE ACADEMIAS DE LA LENGUA ESPAÑOLA (2010): *Ortografía de la lengua española*. Madrid: Espasa.
- REYES, Graciela (1995): *El abecé de la pragmática*. Madrid: Arco Libros.
- RIDAO RODRIGO, Susana y RODRÍGUEZ MUÑOZ, Francisco José (2013): “Problemas de puntuación en contextos digitales: análisis de comentarios en foros de YouTube”, *Anua-*

- rio de Estudios Filológicos*, XXXVI, 83-105, <[http://dehesa.unex.es/bitstream/handle/10662/3429/0210-8178\\_36\\_83.pdf?sequence=1](http://dehesa.unex.es/bitstream/handle/10662/3429/0210-8178_36_83.pdf?sequence=1)>.
- TASCÓN, M. (dir.) (2012): *Escribir en internet. Guía para los nuevos medios y las redes sociales*. Madrid/Barcelona: Fundación del Español Urgente/Galaxia Gutenberg.
- YUS, Francisco (2010): *Ciberpragmática 2.0. Nuevos usos del lenguaje en internet*. Barcelona: Ariel.
- (2014): “Not all emoticons are created equal”, *Linguagem em (Dis)curso*, 14, 3, 511-529, <<http://dx.doi.org/10.1590/1982-4017-140304-0414>>.
- (2021): “Los textos digitales y multimodales”. Loureta, Ó. y Schrott, A. (eds.). *Manual de lingüística del habla*. Berlin/Boston: Walter de Gruyter, 325-344.

*María Azucena Penas Ibáñez*  
(*profesora catedrática de Lengua Española*  
*de la Universidad Autónoma de Madrid*)