Diapasón

La identidad de los estudiantes a través de los usos lingüísticos en Facebook

Ma Alejandra Rocha Silva
Universidad de Colima

Resumen

A partir de la hipótesis de que Facebook tiene su propio lenguaje, se realizó un estudio para conocer si el estudiantado de licenciatura mexicano también ha conformado el suyo como parte de su identidad grupal. La metodología utilizada fue el análisis de contenido del muro de Facebook. El *corpus* se conformó considerando los perfiles siguientes: estudiantes de nacionalidad mexicana en el nivel licenciatura, mexicanos sin ese nivel de estudios pero en el rango de edad de 18 a 23 años y estudiantes de licenciatura de otros países hispanohablantes. Los resultados mostraron que en el lenguaje utilizado en el Facebook ser joven es una categoría de identidad, que coexiste con las identidades: ser mexicano y ser estudiante.

En este lenguaje, la onomatopeya y el alargamiento vocal son parte importante, así como las imágenes. Es la fotografía del momento, o la imagen que refuerza un mensaje verbal o incluso lo sustituye, como los memes o emoticones.

Palabras clave

Facebook-lenguaje, estudiantes de licenciatura-identidad.

Obra: Mónica Iturribarría

The language of young mexican students on Facebook: Approach to sociocultural identity and linguistic uses

Abstract

Based on the hypothesis that Facebook has its own language, the objective was to find out if the Mexican undergraduate student, has also created his/her own, as part of his/her own group identity in this media. The methodology was the analysis of the content on the Facebook wall. The corpus was formed considering the following profiles: Mexican students of higher education level mexicans without that level of studies but of age 18 to 23, and undergraduate students of other Spanish speaking countries. The findings were that in the language being used by Facebook being a youth is a category of identity, that appears reflected on: being Mexican and being a student. In this language, the onomatopoeia and the vowel lengthening are an important part, as well as images. It is the photography of the moment or the image that reinforces the verbal message or even replaces it, as the memes or emoticons.

Key words

Facebook-language, Mexican undergraduate student-identity.

Introducción

¿Hay un lenguaje de Facebook o para esta red social? ¿Los estudiantes de licenciatura tienen un lenguaje en Facebook? ¿Los mexicanos tienen su propio lenguaje en la misma red? A partir de lo anterior se genera toda una discusión teórico-metodológica acerca de cómo abordar un objeto de estudio relativamente nuevo y cambiante como el lenguaje en o del Facebook, que en 2014 es considerada la red de las redes sociales. Discusión de la que se da cuenta a continuación, como la punta de lanza.

El objetivo fue analizar los mensajes en el muro de un grupo selecto de estudiantes de licenciatura mexicanos y contrastarlo con los de otros jóvenes no estudiantes, para encontrar elementos de identidad, como el sentido de pertenencia a diferentes grupos socioculturales, a fin de que dichos contrastes nos llevasen a establecer similitudes y diferencias entre:

- ¿Qué lenguaje tienen en común los jóvenes en la red?
- Diferencias entre los subgrupos *estudiantes universitarios* versus *no universitarios* pero ambos grupos de nacionalidad mexicana.
- *Jóvenes mexicanos* versus *no mexicanos*, pero que sean hispanohablantes.
- *Jóvenes estudiantes mexicanos* versus *jóvenes estudiantes no mexicanos*, para establecer si el sentido de ser mexicano se encuentra plasmado en el lenguaje como categoría de identidad.
- *Jóvenes estudiantes* versus *jóvenes que no estudiaron dicho nivel* hasta el momento del análisis. Lo anterior con el fin de determinar si por ser estudiante universitario se mostraba una característica en el lenguaje en las redes sociales, en el sentido de identidad universitaria.

Interpretextos
16/Otoño de 2016, pp. 149-173

Las redes sociales en la sociedad de la información

En la llamada sociedad de la información (SI), los jóvenes juegan un papel fundamental porque pertenecen de manera natural a ella, los adultos se insertaron o buscan hacerlo porque no pueden quedar al margen, pero los jóvenes nacieron en ella, "caracterizada por un modo de ser comunicacional que atraviesa todas las actividades: industria, entretenimiento, educación, organización, servicios, comercio, etcétera. Se produce un crecimiento rápido de las tecnologías de información y comunicación (TIC), las que impactan a todos los sectores sociales" (Crovi, 2006: 18). Es decir, son parte de la vida cotidiana y son llamados los nativos digitales.

En México, para entender la situación es que se aborda la estadística oficial del uso de las TIC, de 11'146,494 hogares, 35.8% tienen computadora, y de ellos 30.7% cuenta con internet; en el caso específico de Colima, de 206,064 hogares, 43.9% tiene computadora y 40.2% internet (INEGI, 2013). Sin embargo, la tendencia marca que la población que tiene acceso a las TIC va en aumento, como se puede observar en el cuadro 1.

Cuadro 1

Usuarios de internet por nivel de escolaridad, a 2013

Nivel de escolaridad	Absolutos	Porcentaje
Usuarios de internet	46'026,450	100
Primaria	9'303,888	20.2
Secundaria	11'262,190	24.5
Preparatoria	13'170,238	28.6
Licenciatura	10'565,970	23.0
Posgrado	958,929	2.1
Otros / no especificado	765,235	1.7

Fuente: Datos tomados del cuadro *Usuarios de internet por nivel de escolaridad, 2001 a 2013*, del INEGI (2013). *Módulo sobre disponibilidad y uso de las tecnologías de la información en los hogares*.

Desde la perspectiva de una pirámide invertida, la población con el nivel educativo de licenciatura es la tercera con mayor acceso a la tecnología, hecho que va directamente relacionado con la edad y el año en que se hizo el levantamiento de la información por el Instituto Nacioal de Estadística y Geografía (INEGI), y una de las primeras generaciones que creció y vivió con internet.

Otro punto importante, además del acceso, es el uso: ¿qué hacen en internet? Según el cuadro del INEGI (2013) *Usuarios de internet por tipo de uso, 2010 a 2013*, en el quinto lugar se ubican las redes sociales con 34.5%. Lo interesante es que de 2010 a 2012 ni siquiera aparecían y en un año despuntaron en su uso, y la tendencia va en aumento mientras que el correo electrónico parece ir a la baja.

¿Qué son las redes sociales? Y ¿por qué el éxito de las redes sociales?

La historia de las redes sociales (Domínguez, 2010) tiene su comienzo en la crisis del año 2003, cuando los portales de internet eran cerrados por falta de visitas. Los usuarios cobran protagonismo inspirados en la mensajería instantánea y en la proliferación de los foros de discusión, es entonces que se crean las primeras tres redes sociales de internet: *Tribe.net*, *Linkendin* y *Friendster*.

A partir de ahí las redes sociales se han multiplicado. En 2009 en España, en función de visitas (Domínguez, 2010), destacan: *Facebook*, *Tuenti*, *Badoo*, *Myspace* y *Twitter*.

Las redes sociales son lo de hoy, han desplazado a otras formas de comunicación e información que apenas ayer parecían estar ahí y para siempre. "Una red social es una estructura conformada por individuos y/u organizaciones que se conectan para establecer distintos tipos de relaciones (casuales, familiares, de amistad, laborales, etcétera)" (Paz, 2009: 25-26).

Todos son usuarios comunicándose, y comunicar implica poner en común significados a través de un lenguaje. El lenguaje es parte de una identidad: de ser diferentes y al mismo tipo iguales. La realidad se entreteje con el avance tecnológico y se refleja en el len-

Interpretextos
16/Otoño de 2016, pp. 149-173

guaje, que al mismo tiempo se usa como marca de grupo —nativos digitales— que nace y vive con las TIC.

Lenguaje e identidad

Ante un objeto relativamente nuevo, hubo que tomar conceptos del pasado para aprehenderlo, en este sentido se pensó que no se podía hablar de lenguaje sin considerarlo parte de una identidad.

Gilberto Giménez hace un planteamiento que describe lo que sucede con un objeto de estudio que está en el ciberespacio.

> Una importante corriente de pensamiento alimentada por ensayistas, economistas y filósofos neoliberales plantea insistentemente la tesis de que la globalización socioeconómica ha acarreado la "desterritorialización" o "deslocalización" de los procesos económicos, sociales y culturales. La mundialización de la economía habría provocado la disolución de las fronteras, el debilitamiento de los poderes territoriales (incluidos los de los Estados nacionales), la muerte por asfixia de los particularismos locales y la supresión de las "excepciones culturales", imponiendo en todas partes la lógica homologante, niveladora y universal del mercado capitalista. La excepción de la globalización que genera el concepto antinómico de "aldea planetaria". En suma, el mundo se habría convertido en un gigantesco mercado global (Giménez, 1998: 1).

El considerar que internet es global, transcultural, que está por encima de los territorios y, por ende, de las identidades es una idea muy aceptada, pero el mismo Giménez concluye diciendo:

> Los territorios interiores considerados en diferentes escalas (v.g. lo local, lo regional, lo nacional, etcétera) siguen en plena vigencia, con sus lógicas diferenciadas y específicas, bajo el manto de la globalización, aunque debe reconocerse que se encuentran sobredeterminados por ésta y, en consecuencia, han sido transformados en la modernidad (Giménez, 1998: 1).

Los territorios están ahí, pero los vemos y los sentimos bajo una lógica diferente a como se hacía antes, cuando se pensaba local y no global. Las identidades siguen vigentes pero ahora parecen coexistir sin ningún problema. Como dice Jesús Galindo: "Se

puede ser fanático de los tiburones, porque soy de Veracruz, pero también de los Pumas, porque estudié ahí", y así se podrían citar muchos ejemplos, pero si queremos abordar un fenómeno global que ha impactado la vida de prácticamente todos los seres humanos, es la internet. Es decir, la red que ha cambiado la forma en que nos comunicamos, pero también en como concebimos al mundo.

Internet es donde todos estamos y podemos estarlo de manera grupal e individual, es decir, es un gran territorio que se conceptualiza como ciberespacio. ¿Cómo es nuestra pertenencia en ese mundo? Porque "las identidades sociales descansan en gran parte sobre el sentimiento de pertenencia a múltiples colectivos. Por lo tanto, las identidades territoriales —*v.g.*, las locales y las regionales— tendrán que definirse primariamente en términos de pertenencia socio-territorial" (Giménez, 1998: 7), que implica la inclusión de la personalidad individual en una colectividad hacia la cual se experimente un sentimiento de lealtad. Esta inclusión se realiza generalmente mediante la asunción de algún *rol* dentro de la colectividad considerada (de simple fiel dentro de una Iglesia cristiana, con todas las expectativas de comportamiento anexas al mismo, por ejemplo), pero *sobre todo mediante la apropiación e interiorización al menos parcial del complejo simbólico-cultural* que funge como emblema de la colectividad en cuestión (el credo y los símbolos centrales de una Iglesia cristiana) (Pollini, 1990: 186).

Al estar en el ciberespacio somos parte de un gran grupo, pero al mismo tiempo de un espacio. La identidad identifica a nivel personal y a nivel grupal, y eso es precisamente lo que nos hace ser diferentes, pero —al mismo tiempo— parecidos y, por lo tanto, formar parte de un grupo. Las personas pertenecen a diferentes grupos que tienen que ver con intereses, formas de ser, de pensar, de actuar; así podemos ser mexicanos, pero también jóvenes. El lenguaje forma parte fundamental en esta definición identitaria de ser y pertenecer a un grupo.

Interpretextos
16/Otoño de 2016, pp. 149-173

Identidad y lenguaje en los jóvenes

Partiendo de que ser joven es un concepto complejo de explicar, porque no sólo implica la cuestión etaria sino que se delimita por otro tipo de situaciones como el ingreso al mundo laboral y su independencia o dependencia económica, así como que esté o no cursando estudios. "En un primer sentido, la noción general de jóvenes presenta la dificultad de delimitar las edades entre las que se extiende. Si el criterio predominante en la bibliografía es fijar el comienzo de la juventud en el final de la educación primaria o el ingreso al mercado laboral, para ciertos sectores el periodo se inicia en México (y en otros países latinoamericanos) cuando se empieza a trabajar (a los ocho o diez años). Si para establecer que el término de la juventud es en el momento en que se deja de vivir con los padres, los estudios europeos elevan que el final de la juventud es hasta los 35 años, y con ello dan una respuesta que parece apropiada para muchos mexicanos, quienes siguen con la familia paterna después de los 29 años, considerada edad límite según la Encuesta Nacional de Juventud (García, 2012: 7). En este caso particular, joven es aquel que cursa estudios de licenciatura o está en la posibilidad de hacerlo porque ha cursado el nivel anterior, sin que tenga que ver si trabaja o no. Su promedio de edad es entre los 17 y 23 años, por la situación escolar no puede ser menor a 17 años y considerando que las licenciaturas en su mayoría se cursan en cuatro años, pero puede pasar de esa edad porque no hay realmente un límite para cursar este nivel de estudios.

En la llamada brecha tecnológica —de las muchas brechas de las cuales ahora se habla con relación a la posesión y habilitación de las TIC, del conocimiento, de la información y de la edad—, se puede decir que no obstante esta desventaja educativa y laboral de la mayoría, los jóvenes están más avanzados que el resto de la población en el acceso y manejo de las tecnologías comunicacionales.

> Los jóvenes con menos recursos económicos también están familiarizados con tecnologías digitales a través de los cibercafés, la escuela y la sociabilidad generacional. Quienes dicen que sa-

> ben usar los medios informáticos son más del doble de los que tienen; según la encuesta del Instituto Mexicano de la Juventud el 32.2% de los hombres posee computadora, dicen manejarla 74%; esta relación en las mujeres es de 34.7% y de 61.5% respectivamente; cuentan con internet en casa el 23.6% de los varones, en tanto 65.6% lo utiliza, y en las mujeres la distancia es mayor: 16.8% y 55.9% en este caso (Instituto Mexicano de la Juventud, 2007).

Al tener este acceso a las tecnologías, los jóvenes desarrollaron un modo no lineal de pensamiento que refleja exactamente el lenguaje de internet, donde un sinfín de asuntos pueden ser acompañados al mismo tiempo. Eso es ser joven y, por lo tanto, les da pertenencia a ese grupo. Los jóvenes pueden teclear mensajes en un dispositivo móvil al mismo tiempo que hablan, o pueden mantener una conversación *offline*, al mismo tiempo que tienen una o varias *online*. Ellos son nativos digitales y viven permanentemente conectados a las redes sociales. Fue así cómo llegamos a una plataforma tecnológica que es parte fundamental de las redes sociales: el *Facebook*.

El Facebook

Facebook no fue la primera red social, tal como lo menciona Levato (2013), antes estuvieron *Friendster, Fotolog.com*, *MySpace, LinkedIn, Match*. La más representativa es *Facebook*.

> Y dentro de este perfil general y acotado a la web, lo que sucede con Facebook impresiona. Nace en 2004, tiene en la actualidad alrededor de 500 millones de usuarios, más de la mitad navega todos los días. El 10% actualiza su perfil todos los días. Se suman medio millón de usuarios por día. Ha crecido 250 millones en un año. En el último año su crecimiento entre 18 y 24 años ha sido de 5%, entre 25 y 34 de 60%, y entre 35 y 54 de 190%. México es el primer país de América Latina en Facebook con 12.5 millones de usuarios, la mitad mujeres (Islas, 2013: 32).

Al entrar al sitio web https://www.facebook.com/ se podrá acceder a varias opciones para buscar e intercambiar mensajes con otras personas a través del menú que se encuentra en el lado

Interpretextos
16/Otoño de 2016, pp. 149-173

izquierdo: noticias, mensajes, eventos, páginas, grupos, aplicaciones, amigos, intereses y desarrollador. "Facebook no sólo ha crecido en usuarios, sino que ha transformado la forma en la que las personas utilizan internet poniendo de manifiesto la capacidad inagotable de innovación de las industrias de información y entretenimiento" (Levato, 2013: 69).

Lenguaje e identidad en las redes sociales

Conocer la historia de la tecnología, específicamente de esta red social, nos lleva a formular una premisa básica —de la que ya se ha dado cuenta antes— y es que en términos generales las TIC fueron hechas por jóvenes para jóvenes. El punto de partida es el supuesto de que los usuarios de las redes sociales conforman una comunidad virtual juvenil y, como tal, tiene su propio lenguaje. En este sentido:

> Las impugnaciones que los jóvenes le plantean a la sociedad están ahí, con sus fortalezas y debilidades, con sus contradicciones y sus desarticulaciones. Las culturas juveniles actúan como expresión que codifica, a través de símbolos y lenguajes diversos, la esperanza y el miedo. En su configuración, en sus estrategias, en sus formas de interacción comunicativa, en sus percepciones del mundo hay un texto social que espera ser descifrado: el de una política con minúsculas que haga del mundo, de la localidad, del futuro y del día, un mejor lugar para vivir (Reguillo, 2000: 16).

La identidad juvenil se construye dentro de la sociedad de la información (SI), por lo que se adquiere una dimensión diferente desde su configuración conceptual, ya que "en términos prácticos ello significa que hoy, como nunca, la identidad está atravesada por fuerzas que rebasan la dimensión local y la conectan a 'comunidades imaginarias', en el sentido manejado por Anderson (1983), que desbordan los límites geográficos del Estado-nación" (Reguillo, 2000: 70). Porque: "Internet facilita la conformación de identidades más fluidas y en articulación con aquellos con quienes tenemos interlocución. En la red construimos nuestras identidades para el espacio público" (Trejo, 2012: 2).

Los conceptos de territorio, lengua, sociedad y comunidad van unidos al de identidad, por lo que parece clara la relación que existe entre éstos, así como su cambio conceptual, a partir de la aparición de nuevas formas de relacionarnos con las tecnologías, lo cual lleva implícito otro término: el de comunicación, pero de una manera diferente, a través de una pantalla.

Y a propósito de la relación-interacción entre el texto y la pantalla, Argüello (2012) retoma el trabajo de otros autores para decir que: "La pantallización (Turkle, 1998; Levis, 2009) del texto, junto con la transformación del soporte de lectura y escritura, se hace evidente en una nueva generación de jóvenes con un capital cultural centrado en lo popular y en los medios electrónicos (Morduchowics, 2003; Buckingham, 2000), jóvenes que instauran una interacción discursiva entre el ser humano y el computador" (Herrings, 2001: 11).

Metodología

> Lamentablemente, la consideración de qué lugar ocupa y qué función cumple una lengua (cualquiera, pero especialmente una lengua tan dispersa y pujante como la nuestra) en la red, necesita la construcción de una metodología nueva. Hay muchas interrogantes acerca de qué medir y de cómo medirlo, y del significado de las medidas (Millán, 2001: 89).

Así se hizo una revisión de experiencias similares (Argüello, 2012) y se optó por hacer un análisis de contenido, del cual se determinó que el *corpus* se obtendría de copiar del muro del joven seleccionado lo que apareciera en el mes de noviembre de 2012, para unificar criterios espacio-temporales.

Para la población se consideraron seis estudiantes mexicanos, más una población similar de estudiantes no mexicanos de habla hispana e igual cantidad de mexicanos que no tuvieran estudios del nivel.

La elección de la muestra se hizo con la técnica de *bola de nieve*. La muestra fue por cuota de conveniencia. Todos los muros se eligieron por la misma técnica, es decir, a través de amigos que

Interpretextos
16/Otoño de 2016, pp. 149-173

se tenían en el Facebook de otras nacionalidades, o que habían vivido en otros países, pero todos de habla hispana y que pudieran participar.

De los 18 muros en total, la unidad de análisis fueron las publicaciones. Entendiendo por publicación la que es realizada por el propio usuario, que puede incluir imagen así como los comentarios derivados de la misma, llamados *posts*.

Se diseñó una base de datos en la que se les asignaron claves que permitían identificar al usuario en lo individual, como parte de una de las poblaciones, así como el tipo de mensaje. La estructura de la base de datos fue la siguiente:

Perfiles

- Estudiante de licenciatura mexicano
- Mexicano sin estudios de licenciatura
- Estudiantes de licenciatura extranjero de habla hispana

Mensajes (puestos en el muro)
Leguaje/ identidad

- En general
  - Onomatopeyas
  - Alargamientos vocales
- Jóvenes
  - Sentido del humor
  - Relaciones sentimentales
  - Música
  - Anglicismos
- Mexicanos
  - Regionalismos
  - Leyendas
  - Referencias a lugares
  - Música mexicana
- Estudiantes de licenciatura
  - Actividades académicas (tareas, reuniones, evaluaciones, etcétera)

Imágenes

- Fotografías (tomadas por el usuario o en las que aparece el usuario)
- Imágenes en general, con texto o sin texto que se pusieron solas o con un mensaje escrito

Esta base de datos ayudó a organizar la información para tener el perfil de los usuarios, pero también para hacer el análisis. En primer lugar se obtuvieron frecuencias y con base en ellas se establecieron las categorías. Después se hicieron comparaciones que permitieron establecer si existían coincidencias y diferencias entre los tres tipos de poblaciones. Todo lo anterior ayuda a detectar las tendencias.

Resultados

Se establecieron diferencias y similitudes con la primera categoría de análisis, *jóvenes de habla hispana* y así sucesivamente con la de *mexicano* y *estudiante de licenciatura*.

A continuación se describen los hallazgos encontrados en cada una de las categorías.

Lenguaje e identidad juvenil

En primer lugar se encontró que como jóvenes tienen un lenguaje común, que es parte de su identidad de ser joven, hacen mucha alusión a la risa. Los jóvenes buscan divertirse. Lo singular de este lenguaje es que lo hacen a través de onomatopeyas y alargamientos vocálicos. Las onomatopeyas sobre la risa se conforman a través de la unión de diferentes vocales (a, e, i) con la consonante j. No importa las veces que se repite ni cómo inicie, ejemplos de esto los tenemos a continuación y se transcriben tal cual. Lo que aparece entre corchetes es la clave con la que se etiquetó al mensaje en la base de datos y algunas precisiones.

— jajjajaja Tarea millll [10103-1-1].
— Gracias te esperamos en la premier en Minayork jejeje [10106-2-5].

Interpretextos
16/Otoño de 2016, pp. 149-173

— Gracias por la nota jiji seguiremos con más ganas [10106-2-2].
— Excelente opción para este viernes :) [20202-1-8].
— Madre tu vas a ser madrina Gaby Ramos jajajaja Tu vas a pagar la fiesta como buena madre de la novia q eres jajajajajajaja [20203-2-4].
— Unas empanadas del Lleras... Stalin JAJAJAJ.... Bueno, ir a México puede ser otra opción, pero serían los tacos más caros de la vida Martin [30103-2-4].
— Zorrito: Dile a la cali que te enseñe!! Ella es seca pa' girar y pasar piola en el baile.. jajajajajajaja XD [30204-2-3].

Pero también lo hacen al unir la vocal a con la h, que en nuestro idioma es muda pero que en el inglés pasa a ser igual a la j. Ejemplo de esto se muestra a continuación y cabe mencionar que esto sólo se encontró en la población de estudiantes mexicanos:

— Hahaha! Scarlet Zn ya encontré un trabajo fácil!!! lo pensaré" [10104-1-10].

Así como el utilizar emoticones que hacen referencia a la risa como:

— "hahaha DX chales" [10101-2-5].
— gracias a todos por hacer de ayer un día tan agradable y recordarles que yo con cumplo años... subo de nivel XD [10104-1-1].
— :):):) [30204-2-65].
— Feliz no navidad para todos: D [30204-1-6].

XD denota un emoticón que muestra los dientes, similar a :D pero con los ojos cerrados. Utilizado después de una expresión de risa. Existen otras variantes de :D como =D.

También utilizan palabras en inglés (anglicismos), pues ésta sigue siendo la lengua internacional, como:

— pero yo no escucho solo black metal D= >_> DX [10101-2-4].
— Happy thanksgiving to everyone who celebrates it. [10205-1-1].
— magic the Gathering [20101-2-1].
— True Story XD. [20101-2-4].
— besos, i love youuuuuuuuuuuuuuuuuuuuuuuuu [30204-2-24].
— Everybody's gotta learn sometime [30204-1-40].

Quienes más utilizaron palabras en inglés son mexicanos que no han estudiado la licenciatura. Podría entenderse que el mexicano, en lo general, las use más que los de otros países de habla hispana debido a que México es frontera con Estados Unidos, además de que hay una larga historia migratoria entre ambos países. Lo especial es que sucedió en la población que no ha cursado el nivel universitario y la hipótesis que se formula es que podrían ser migrantes, pero no existe información al respecto que lo corrobore.

Por otro lado, como parte de ser joven resalta el compartir música y las referencias a la misma, incluso con una liga para que se pueda escuchar la canción o melodía a la que se hace referencia, como las siguientes:

> — pero yo no escucho solo *black metal* D= >_> DX [10101-2-4].
> — Ni modo que sea cuento jijijiji Saluditos desde el bailongo de la Arrolladora [10106-1-12].
> — Groso, groso! inolvidable! [30201-1-5] [vínculado a un video en Youtube: http://www.facebook.com/l.php?u=http%3A%2F%2Fwww.youtube.com%2Fwatch%3Fv%3DDOMeiBG9AnI&h=5AQGHSWF3&s=1].
> — Todos mis sueños, esperanzas y mas profundos deseos en una sola canción :) [30204-1-17] [ligado con el video de *Claro de Luna* de Debussy: http://www.youtube.com/watch?v=ja7v4JTsLVw].

Asimismo, están en una etapa en donde buscan establecer relaciones sentimentales y sexuales, por lo que en sus mensajes se habla del amor/desamor. De igual manera aparecen onomatopeyas y alargamientos vocales, casi siempre con referencia a besos, como complemento al mensaje.

> — Recuerda que no tienes que demostrarle NADA a nadie, solo a ti mismo, se como tu quieras ser, no te sientas atado, vive, sonríe, ama, mañana es otra historia de la que no quiero hablar... [10202-1-1].
> — Mi amor [10104-2-7].
> — te amoooooooooooo!!!!!! [20203-2-33].
> — las mias son toooodas favoritas cda uno de los momentos hermanita fueron tan especiales k wawwww !!!! el amoor verdaderooo lo estoy viviendo o siii!!! [20207-2-2].

Interpretextos
16/Otoño de 2016, pp. 149-173

— besos, i love youuuuuuuuuuuuuuuuuuuuuuuuu [30204-2-24].
— adios amor mio [30204-2-25].
— mñn lo espero para que almorcemos, besitos chauchau [30204-2-26].
— muak! [30204-2-37].
— te amo [30204-2-38].

Los alargamientos vocálicos o la repetición de letras en lo general son visibles y la onomatopeya es el *muak!* que se relaciona con el sonido generado por un beso.

Jóvenes mexicanos

A partir del siguiente punto se establecen las diferencias a partir de las otras identidades como la de pertenencia a un territorio y en primer lugar aparecen los regionalismos, que a continuación se muestran en cursivas pero no se explicarán.

Regionalismos

- México

— hahaha DX *chales* [10101-2-5].
— *awebo* pariente asi es [10105-2-3].
— *we* vente kaele aca te espero o qe..? un buen de plebitas [10105-2-5].
— *no hay pedo* si alcanzas, dile a tu abue qe te de raite [10105-2-6].
— en la feria levantando el *changarro* de charmin [10105-1-8].

- Groserías típicas de los mexicanos

— dafac ._. *cabrón*!!! hahaha yo ni bigote tengo XD que pedo con eso hahaha [10101-2-6].
— Hahaha *pinche* cosa rara :S {10104-1-8].
— jajajajajajajajajaja *vete a la verga* jajajaja pero pues buena idea comprame uno jajajajajajaja [10106-2-9].
— jajaja *ahuevo* se acabaron mis problemas jjaja [10106-2-11].
— *Medahueva*. Ya mañana [10205-2-4].

- Palabras encontradas con una incidencia importante en los textos de los usuarios:

— Mames.
— Pedo.
— Ahuevo.
— Wey: originalmente buey, llevado de una consonante b que es oclusiva, sonora, bilabial. Por lo que se trata de una semiconsonantización.
— We variante de wey: we vente kaele aca te espero o qe..? un buen de plebitas.
— Cabrón.

Mexicanismos

— mande.
— medahueva.
— pinche.

Lo anterior se muestra en contraste con lo encontrado en los estudiantes extranjeros:

España

— Vuelve ya *ostias* [30102-2-5].
— No tengo ni idea, eso preguntaselo a la administradora de la página Clara Ambrosía... Lo de la *orla* lo tengo un poco olvidado, pero con todas las novias que tengo en la facultad va a estar cotizado lo de salir a mi lado si es que la hago [30102-2-6].

Chile

— Zorrito: Dile a la cali que te enseñe!! Ella es seca pa' girar y pasar piola en el baile.. jajajajajajaja XD [30204-2-3].
— mi *chanchito* de tierra [30204-1-4].
— *chanchito* acurrucado [30204-2-5].
— dolor de *guatita* [30204-1-55].

En el caso de México, además se encontró que aluden a:

Leyendas regionales

— hahaha pobre mujer, *se convirtió en lagarto* por majadera con sus padres! [10104-2-11].

Interpretextos
16/Otoño de 2016, pp. 149-173

Lugares típicos del estado de Colima

— Festejando a Brenda en *Don Comalón* [10103-1-5]. Aluden a música tradicional mexicana.

Música tradicional mexicana

— Muchas gracias ahora solo queda mostrarlo en Minatitlán para que todos se enorgullezcan de este logro ya que no fui yo solo si no todo un equipo y aparte pues el *Mariachi* Tradicional de Minatitlán [10106-2-3] [hace alusión a un tipo musical tradicional que es reconocida a nivel mundial como música representativa de México].
— Ni modo que sea cuento jijijiji Saluditos desde el bailongo de la *Arrolladora* [10106-1-12] [hace alusión a una banda, que es un tipo de conjunto musical tradicional del norte de México].

Otras onomatopeyas

— Aarón Andrade Ramírez papasito ese de gorrita blanca jap :) (*ya pz*) [20202-1-4].
— *muaks*!! [20202-2-5].
— *uauaua* en la noche a tirar desmadre a cómala [10105-1-1].
— *awebo* pariente asi es [10105-2-3].
— we vente *kaele* aca te espero o qe..? un buen de plebitos [10105-2-5].
— *uauaua* asi es compita aka andube al 100 [10105-2-7].
— *uauaua* a dar el roll... [10105-1-9].
— *uauaua* asi es viejo si dios qiere, minimo [10105-2-14].
— *awwww* [20207-1-1].
— las mias son toooodas favoritas cda uno de los momentos hermanita fueron tan especiales k *wawwww* !!!! el amoor verdaderooo lo estoy viviendo o *siii*!!! [20207-9-0109-2].

Uauau: esta onomatopeya es comúnmente usada para expresar lo que coloquialmente se identifica como guaco, acción que no aparece en la definición del diccionario de la Real Academia Española pero que para el mexicano representa la secuencia de sonidos que son emitidos por un individuo para celebrar algún acontecimiento festivo. Baja disciplina social y carencia cultural sin importar el disturbio o contaminación auditiva que éste puede generar. Ejemplo:

— *uauaua asi es compita aka andube* al 100 [haciendo referencia a la noche anterior, cuando el usuario se unió a las celebraciones después del desfile del 20 de noviembre en un pueblo del municipio de Comala, Colima].

Identidad estudiantil

Pertenecer a un grupo social dentro de ese territorio se refiere a cuando son estudiantes de una licenciatura y hablan de actividades académicas o relacionadas a éstas:

— jajaja animo ya es la ultima parcial x) ya casi vacaciones [10101-2-8].
— jajjajaja Tarea millll [10103-1-1].
— jajaja para un largometraje! qué un corto Solorio! Xd [10104-2-12].
— Aqui está la prueba amigos es real jiji Ganamos, muchas gracias a Don Juan y su familia, a Don Tomás y sus amigos y como dejar a un lado al fuerte del docu Don Rey que con su directas palabras nos hace ver el mundo de otra manera gracias y por su puesto a la produccion a todo el equipo gracias empezamos bien nuestra carrera [10106-1-4].
— ánimo y fuerza para todos los estudiantes que están haciendo la tesis.. u.u!! vamos que se puedeeeeeeeeeeeeeeeeeeeeeeeeeee!!! [30204-1-53].

Conclusiones de los mensajes

Esta comunidad virtual no sólo tiene su lenguaje sino también una identidad juvenil que la refleja a través del lenguaje, las imágenes y los enlaces a partir de los cuales se generan los mensajes, y en algunos casos los usan como refuerzo de sus escritos.

- Expresan los que lo caracteriza: la diversión, y esto lo hacen con onomatopeyas, alargamientos vocales, emoticones, imágenes y videos.
- Nacidos en un mundo global, en donde el idioma predominante en y para las TIC es el inglés, expresan de algún modo que lo conocen, pues lo usan y hasta se han

Interpretextos
16/Otoño de 2016, pp. 149-173

apropiado de él. En el caso de los mexicanos, se deduce por la cercanía con Estados Unidos, donde la vecindad han generado migraciones que propician fenómenos lingüísticos como el pochismo y el *spanglish*.

- Unido a la diversión se encuentran referencias a la música, así como vínculos a canciones en YouTube, lo que también expresa el sentir de estar en las redes sociales y en continua convivencia con la tecnología.
- Abordan temas ligados a sus relaciones sentimentales o amorosas.

Aunque tienen muchas similitudes, también se encontró que hay diferencias de identidad grupal, como las siguientes:

- Utilizan regionalismos, lo que los identifica con otro grupo, con una región. También hacen alusión a lugares de sus localidades o festividades en el contenido de sus mensajes. Los mexicanos expresan groserías que también pueden ser consideradas regionalismos.
- Los jóvenes que estudian en México y en otros lugares de habla hispana tienen, aunque pocos, mensajes relacionados con actividades académicas o relacionadas a éstas, y en mayor medida fotografías en donde se encuentran con compañeros en actividades académicas o sociales. Es decir, mantienen una identidad propia como estudiantes.
- Número de palabras en texto de extranjeros: 291.
- Número de palabras en texto de mexicanos estudiantes: 275.
- Número de palabras en texto de mexicanos no estudiantes: 299.

Los datos anteriores dan cuenta de que fueron números muy similares.

En resumen, se encontraron cosas en común que los marcan con la identidad de ser joven, pero las diferencias entre los

grupos marcan las identidades regionales o específicas, como el ser o no estudiante. En cuanto al discurso plasmado en las redes, lo más importante es la tendencia hacia la oralidad, lo cual lleva implícito el rompimiento con las reglas gramaticales e incluso con la ortografía. Esto no es nuevo, ya algunos autores han abordado el tema; sin embargo, la gran pregunta sigue siendo la misma ¿hacia dónde va la lengua? partiendo de la dicotomía lengua/tecnología.

Las imágenes

Además de los mensajes verbales escritos encontramos otro tipo de mensaje: el visual, ya que la sociedad tiene una cultura cada vez más visual, y aquí tampoco podía ser la excepción, así que parte importante de los mensajes que aparecen en el muro del Facebook de los jóvenes son fotografías o cualquier otro tipo de imagen, y se clasificaron con las siguientes claves:

- *Fotografías en las que aparece el usuario:* clave 01
    - En actividades sociales con amigos: 0101.
    - En actividades de la escuela con compañeros: 0102.
    - En actividades sociales con compañeros de la escuela: 0103.
    - En actividades sociales con la familia: 0104.
    - Imágenes que tienen que ver con la personalidad del usuario: 0104.
    - Imágenes del usuario solo: 0105.
    - Imagen de alguna parte de su cuerpo: 0106.
    - En actividades relacionadas con el trabajo: 0107.
    - Con la familia: 0108.
    - Con la pareja: 0109.
- *Imágenes con frases o mensajes:* clave 02.
- *Imágenes referentes a productos que se venden:* clave 03.
- *Otras:* clave 04.
- *Memes:* clave 05.
- *La familia:* clave 06.

Interpretextos
16/Otoño de 2016, pp. 149-173

Conclusiones de las imágenes

El total de las imágenes que se encontraron fueron 68:

- Estudiantes mexicanos 22.
- Mexicanos que no estudian 34.
- Extranjeros que estudian licenciatura 12.

Las fotografías tienen las características de que son las del momento, del dónde estaban y con quién, no importa la calidad de la imagen en sí sino la inmediatez de reportar la vida personal, como una necesidad importante de quienes habitan en esta cibercomunidad, principalmente de los jóvenes. Las coincidencias en las imágenes de los tres grupos de usuarios y continuando con las categorías de identidad son:

- Imágenes con frases o mensajes.
- Imágenes que tienen que ver con productos que se venden [clave 03]. Esto probablemente se deba a la crisis económica mundial.

Coincidencias entre los que son estudiantes (identidad de estudiante)

- El usuario en actividades sociales con amigos.
- El usuario mexicano en actividades sociales con compañeros de la escuela.
- El usuario extranjero en actividades de la escuela con compañeros.

Los dos útimos puntos entran en la identidad de ser estudiantes.

En las coincidencias entre los mexicanos con la categoría de ser mexicano no se encontró nada en especial, por lo que fue clasificado en *Otras imágenes*.

Durante el proceso de análisis con el software *rapidMiner* se encontró lo siguiente con relación a las imágenes:

- Número de palabras en texto referente a una imagen en publicaciones de extranjeros: 18.

- Número de palabras en texto referente a una imagen en publicaciones de mexicanos estudiantes: 185.
- Número de palabras en texto referente a una imagen en publicaciones de mexicanos no estudiantes: 178.

Los números también marcan otra diferencia: los mexicanos refuerzan más los mensajes con imágenes frente a los extranjeros.

Otra de las situaciones encontradas en común —pero que igual habla de esa identidad de ser joven y dentro de ello el manejo del lenguaje hipertextual— son los enlaces. Debe señalarse que éstos no fueron muy significativos en número en los tres grupos analizados. Se encontraron sólo 11 en total.

La principal coincidencia es que los tres grupos —identidad ser joven— se enlazaron a YouTube con alguna canción, asociadas a los comentarios de música que se encontraron. El joven que está habilitado para estar en varias redes sociales puede enlazarlas hábilmente (Facebook/YouTube).

Dos de las diferencias están relacionadas con el humor:

- Mexicano que no estudia licenciatura
  - Usuario 20101. Una imagen de una mujer de los años cincuenta [http://9gag.com/gag/5757452].
- Mexicano que sí estudia
  - Usuario 10106. Nota periodística asociada a una actividad derivada del ser estudiante de la licenciatura en comunicación con la que ganaron un premio [http://perriodismo.com.mx/2012/11/26/ganan-estudiantes-de-la-udec-premio-zanate-colima/].
  - Usuario 10106. Nota periodística asociada a una actividad derivada del ser estudiante de la licenciatura en comunicación con la que ganaron un premio [http://culturacolima.gob.mx/v2/concluyo-festival-zanate-en-el-hidalgo/].
  - Usuario10104. Video humorístico [http://www.youtube.com/watch?feature=related&v=z94SGEqTRwI&nomobile=1Intenta No Reirte Con este Video].

Interpretextos
16/Otoño de 2016, pp. 149-173

Referencias bibliográficas

Argüello, L. (2012). Migraciones digitales de lectura y escritura en estudiantes universitarios. U.O. Catalunya, Ed. RUSC *Revista de Universidad y Sociedad de Conocimiento*, 9 (1): 5-21. Enero/febrero.

Boyd, D.M. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1): 210-230.

Buckingham, D. (2000). *After the death of childhood. Growing up in the age of electronic media*. Londres: Polity Press.

Buckingham, D. (2008). *Yought, identity, and digital media*. Massachusetts: The MIT Press.

Crovi, D. (2006). *Educar en la era de las redes*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Domínguez, D.C. (2010). Las redes sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Documentación de las ciencias de la información*, 33: 45-68.

Esteban, M.N. (2007). *El papel de la lengua en la construcción de la identidad*. 20. Junio.

Galindo, J. (2006). *Cibercultura. Un mundo emergente y una nueva mirada*. México: Conaculta/Instituto Mexiquense de Cultura.

García, N. (2012). Introducción. De la cultura postindustrial a las estrategias. en: N. García y F.Y. Cruces, *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales*. Madrid/Barcelona: Ariel/Fundación Telefónica.

García, N. y Cruces, F.Y. (2012). *Jóvenes, cultura urbanas y redes digitales*. Barcelona/Madrid: Ariel/Fundación Telefónica.

Giménez, G. (1997). Materiales para una teoría de las identidades sociales. *Frontera Norte*, 9 (18). Julio-Diciembre.

Giménez, G. (1998). Territorio, cultura e identidades. *La región socio-cultural*, 21.

González, J. (s.f.). *Cultura(s) y ciber~cultur@.s. Incursiones no lineales entre complejidad y comunicación*. México: Labcomplex.

Herrings, S. (2001). Computer-mediated discourse. En: D. Schiffrin, D. Tannen y H. Hamilton (editores), *Handbook of discourse analysis* (pp. 612-634). Oxford: Blackwell.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2013). *Ciencia y tecnología*. Recuperado el 9 de octubre de 2014. Disponible en: http://www3.inegi.org.mx/sistemas/temas/default.aspx?s=est&c=19007.

Instituto Mexicano de la Juventud (2007). *Jóvenes mexicanos. Encuesta Nacional de Juventud 2005*. México: IMJUVE.

Islas, O. (2013). Investigar las redes sociales. *Razón y Palabra*.

Levato, V. (2013). Redes sociales, lenguaje y tecnología Facebook. The 4th Estate Media? *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, 45: 65-77.

Levis, D. (2009). *La pantalla ubicua (televisores, computadoras y otras pantallas)*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones. 2ª. ed.
Millán, J.A. (2001). *Internet y el español*. Madrid: Fundación Retevision Auna.
Morduchowics, R. (2008). *Generación multimedia. Significados, consumos y prácticas culturales de los jóvenes*. Buenos Aires: Paidós.
Paulin-Siade, R.J.-O. (s.f.). Esquema para el estudio de las colectividades alienígenas en México. En: R.J.-O. Paulin-Siade, *Sociolingüística de la interacción*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
Paz, M.A. (2009). *Redes sociales: La nueva oportunidad*. México: INFOTEC/CONACYT.
Peréz de Guzmán, T. (1997). Dialecto e identidad colectiva. *Revista de Antropología Social* (6).
Pollini, Gabriele (1990). Appartenenza socio-territoriale e mutamento culturale. En: Vicenzo Cesareo. *La cultura dell´Italia contemporanea* (pp. 185-225). Turin: Edizioni della Fondazione Giovanni Agnelli.
Raffestin, C. (1980). *Pour une géographie du pouvoir*. París: Librairies Techniques.
Reguillo, R. (2010). *Los jóvenes en México*. México: FCE/CONACULTA.
Reguillo, R. (2000). *Emergencias de cultura juveniles. Estrategias del desencanto*. Bogotá: Norma.
Trejo, R. (2012). Somos constelaciones. Medios tradicionales y redes sociales en la construcción de la identidad. *Alaic*, 13.
Turkle, S. (1997). *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de internet*. Barcelona: Paidós.

Recepción: Junio 20 de 2015
Aceptación: Abril 22 de 2016

Ma Alejandra Rocha Silva

Correo electrónico: arocha@ucol.mx

Mexicana. Doctora en tecnología educativa por la Universidad de Salamanca. Profesora-investigadora de tiempo completo en la Universidad de Colima. Línea de investigación: estudios sobre las nuevas tecnologías de la comunicación. Adscrita al cuerpo académico (UCOLCA50) de *Estudios en cultura en comunicación*.

Obra: *Altamar* / Laura Etel Briseño.