

Como “globañol” califica el doctor en Lingüística de la Universidad de Playa Ancha (UPLA), Juan Pablo Reyes, el uso de la lengua española en las redes sociales. Esto implica -dice el especialista-, que el lenguaje en las plataformas virtuales se entiende más allá de las diferencias dialectales geográficas, característica que incluso supera a otros medios de comunicación como la televisión, la radio y la prensa, cuyo alcance es muy definido.

Agrega que, si bien las redes sociales permiten una amplia cobertura de uso del lenguaje, se ven limitadas por el tipo de mensaje que se entrega, cuya característica principal es la superficialidad.

Anuncio Patrocinado

“Las redes sociales son una plataforma mediática de gran prestigio y por lo mismo el lenguaje se ve limitado a lo que ese medio exige haciendo que el mensaje, esto es, el significado, el sentido, el contenido se vea controlado por aspectos de superficialidad y apariencia en la que la palabra es un mero significante. La palabra se ve no se lee. Un ejemplo, con el que se puede comparar para mayor ilustración, es cuando en las ferias libres escuchamos los gritos impetuosos de los vendedores que acostumbran a enaltecer sus mercadería su producto. Por eso los llaman a veces charlatanes o cuenteros, de ahí viene ‘vender la pescá’”, comenta el lingüista.

Sostiene que las redes sociales debilitan a las palabras en su uso tradicional y, a su vez, enfatizan más la imagen que la palabra. Concretamente, aquellos que es caricaturesco, exagerado y, a la vez, estigmatizante. Las redes sociales se dejan llevar por la seducción de la apariencia, dice.



WAM | PUBLICIDAD

AGENCIA DE PUBLICIDAD

-  Impresiones
-  Manejo de redes sociales
-  Videos y fotografías profesionales

 **Conversemos por WhatsApp**

Otra característica es que este tipo de plataformas transmite mucha información y muy rápida, lo que dificulta o simplemente no permite la reflexión. Además, el uso de la lengua está centrada en las afirmaciones y casi sin argumentación alguna. Esto se relaciona con que los hablantes, los interlocutores, emisores y receptores, influencers, twitteros, youtuber, expresan a través de sus palabras una fuerte carga emocional, emotiva, pasional en la que el ego exacerbado envuelve de rabia, furia, prepotencia, tristeza, ironía, burla y sarcasmo los mensajes. El académico plantea que no es de extrañar pues, que los insultos, los garabatos, las groserías, las palabras malsonantes y ofensivas, como decimos, también “palabras de grueso calibre”, sean uno de los componentes más abundantes en el uso de la lengua española. Por ello, enfatiza la idea de entender la palabra como una arma muy poderosa y de gran alcance, especialmente en redes sociales.

“Quiero destacar la influencia que tienen estas plataformas mediáticas virtuales en el uso de lo que se me ha ocurrido llamar “globañol”, para referirme al uso de lengua española en las redes sociales. Esto implica que el uso del español debe ser entendido más allá de las diferencias geográficas, y que su alcance es amplio, mucho más que la televisión, la radio y la prensa, cuya cobertura es local, regional o nacional. Ahora se trata de que la palabra que se use, sea conocida por todos los hispanoparlantes, incluso sin importar su significado ni menos su sentido original”,

comenta el Dr. Reyes.

COMO UN PASQUÍN

En el caso de Twitter, sostiene que se trata de una especie de pasquín, puesto que es breve y una de sus funciones comunicativas sobresaliente es la denuncia, acusar, funar o acosar a quien creemos el causante de un mal. “El mensaje apunta cual dedo directamente a tu cara”, advierte. Quizá por eso, los mensajes de mayor impacto y más retuiteados están fuertemente relacionados con temas políticos y, en consecuencia, predomina el uso de vocablos propios de la jerga política, altamente retórica, majadera, eufemística, lo que la asemeja mucho a la jerga publicitaria. Tanto así que los políticos utilizan estas plataformas para dar noticias importantes y oficiales, como cambios de gabinete o renunciaciones en puestos clave del gobierno.

En términos generales, subraya que el lenguaje que se usa en las redes tiende a generar la sensación de que está sucediendo algo trascendental. Seguramente, dice, con la intención de mantener el contacto (el hilo de la conversación) hasta el grado de convertirla en *trending topic*. Aquí, la principal función comunicativa no es apelar y llamar la atención, sino mantener la mayor cantidad posible de tiempo el contacto con el otro. En el caso de las redes, no pocas veces promovida por *bots* y *trolls*.

y tú, ¿qué opinas?