

LENGUAJE Y TECNOLOGIA: MENSAJES ECONÓMICOS, LOS JUEGOS DEL LENGUAJE

TECHNOLOGY AND LANGUAGE: ECONOMIC'S MESSAGES AND LANGUAGE'S PLAYS

Maria Teresa Sansèau¹
Sergio Magalhães²
Mônica Cohendoz³

Resumen: la constitución de un lenguaje segundo a través de los usos de la tecnología celular nos permite analizar e interrogarnos acerca de las condiciones de producción en el contexto del capitalismo posorganizado. Las categorías de espacio y tiempo que se imponen con el consumo tecnológico dejan huellas en el lenguaje de tal modo que la aparente desorganización del mismo pone en cuestión la norma. El análisis de estas marcas de abstracción, ausencia de sentido y elipsis propiciado por el lenguaje en los teléfonos celulares implica indagar si esta economía diseña un nuevo lenguaje, reescritura del anterior o se relaciona con una nueva experiencia respecto al tiempo y al espacio que implica una transformación del código lingüístico; problemáticas centrales para considerar en la enseñanza de la lengua, ya que el vínculo de los jóvenes con la misma determina sus usos.

Palabras claves: lenguaje; tecnología; capitalismo.

Abstract: the uses of celular's technology made a second language whose production's condition are related with postorganizational capitalism. Time and space are different in this social order and have made a different discourse's gender, the celular's discourse which is abstract, which have elipsis and sometimes, empty of sense. We're going to explore if it is a new language that focus a new experience in a different mode of representation which young people uses as a common way of life.

Key words: language, technology, capitalism.

Resumo: o uso do celular constitui uma linguagem relacionada com o capitalismo posorganizacional. Tempo e espaço são diferentes nesta ordem social e sua aparente desorganização por em questão a norma. A abstração, ausência de sentidos e elipses propiciadas pelas linguagens utilizadas em telefones celulares implicam indagar se esta economia desenha uma nova linguagem, re-escritura da anterior, ou se trata de uma nova experiência de tempo e espaço implicados em uma transformação do código lingüístico. Esta problemática será abordada no ensino de língua tendo em vista que os vínculos dos jovens com a linguagem determinam os seus usos.

Palavras-chave: linguagem, tecnologia, capitalismo.

¹ Carrera de Comunicación Social, Facultad de Ciencias Sociales, UNICEN.

Dirección eletrônica: mcohendoz@speedy.com.br

² Dirección eletrônica: mtsaeau@speedy.com.br

³ Dirección eletrônica: smagalla@soc.unicen.edu.ar

Introducción

Cuando yo uso una palabra -dijo
Humpty Dumpty en tono despectivo esa
palabra significa exactamente lo
que yo decidí que signifique... Ni más
ni menos.

La cuestión es -dijo Alicia- si usted
puede hacer que las palabras signifiquen tantas cosas distintas.
La cuestión es -dijo Humpty Dumpty saber
quien es el amo aquí. Eso es
todo.

Lewis Carrol
A través del espejo

El presente trabajo pretende analizar los usos de la tecnología celular a partir de dos problemáticas claves para la educación: el lenguaje y la lectura. Partimos de la idea de que la transformación del consumo no es un dato menor para pensar la educación, sino que demanda una redefinición de las prácticas educativas a la luz de la crisis de la Modernidad.

Para la Modernidad el lenguaje era transmisión de sentido como medio de comunicación; el lenguaje desde los dispositivos tecnológicos móviles propone una transformación en la experiencia comunicacional. El flujo que caracteriza la sociedad capitalista posorganizada es la condición material de la época para la que el lenguaje deviene en un espacio que vincula la tecnología al diseño. El capitalismo de nuestros días será todo lo desorganizado que se nos ocurra, pero no es ajeno a una lógica, una topología y una estructuración muy coherente en términos de una economía de signos y espacios. Definido como lo hacen ejemplarmente Scott Lash, John Urry, (1998) quienes sostienen que el desorden contemporáneo es una estructura de flujos, un conjunto descentrado de economías de signo en un espacio ¿Cómo el lenguaje de la telefonía celular se transforma en signo de esa economía ?

Como las poéticas vanguardistas del XX revolucionaron el lenguaje, la telefonía celular vuelve a estetizar⁴ el lenguaje para la vida cotidiana. ¿Una reflexividad⁵ que se

⁴ La idea de estetización la usamos en términos de la función artística sino como cambio simbólico en términos de la relación que el lenguaje tiene con el consumo y el diseño. El lenguaje es parte del diseño, tal como Scott Lash y John Urry en Economías de Signos y Espacio proponen para considerar la subjetividad en una estructura informacional.

independiza de la semántica, del diccionario para focalizar la inmediatez de la práctica en lugar de su carácter cognitivo? El carácter estético- expresivo que cobra el lenguaje nos lleva a recordar a un personaje Lewis Carroll, Alicia quien, según Giles Deleuze (1994), hace de la paradoja del lenguaje su mundo:

El lenguaje es quien fija los límites (por ejemplo, el momento en el que empieza los *demasiado*) pero es también él quien sobrepasa los límites y los restituye a la equivalencia infinita de un devenir ilimitado («no sostenga un atizador al rojo *demasiado* tiempo, le quemaría, no se corte *demasiado* profundamente, le haría sangrar»). De ahí los trastocamientos que constituyen las aventuras de Alicia. Trastocamiento del crecer y el empequeñecer: «¿en qué sentido, en qué sentido?».

Estos efectos de superficie lejos de apartarnos del lenguaje son productivos en tanto despliegan su carácter proteico que no se agota en la significación y consiste en la **adquisición de competencias culturales inéditas** (en las que los jóvenes - **rebautizados como nativos digitales**- son protagonistas y que para nosotros son una segunda lengua que muchos adultos, especialmente los docentes, no quieren/queremos hablar)

Un nuevo escenario

Para la generación de 1988 el teléfono celular ha formado parte de sus vidas desde siempre, por lo que la apropiación que han hecho y el grado de familiaridad alcanzado con ese dispositivo difiere sustancialmente de lo que ha ocurrido con los adultos, generalmente más reticentes a la incorporación de nuevas tecnologías.

A mediados de los años 80 las empresas de telefonía móvil no tenían conciencia del la aceptación social que tendía el teléfono celular; así lo confeso Sir David Brown, presidente de Motorola, en una conferencia en el 2006, en donde comento que “la

⁵El principio de reflexividad una alternativa, tanto, al principio de racionalidad (instrumental o sustantiva) como al del lenguaje en tanto que estructura de sentido. La reflexividad al situar *en el tiempo* pone en el centro de la interpretación de la acción social al hombre pleno, es decir, al hombre como conciencia histórica, al hombre con todas sus contradicciones, al hombre como persona, como Yo y como sociedad, al hombre como razón (*homo sapiens*) y el hombre como sin sazón (*homo demens*); además, la reflexividad al ser una situación de historicidad recobra la profundidad social del lenguaje, concibiéndolo no como una mera estructura o proceso lingüístico de estructuración de sentido sino como proceso de historicidad, en donde el lenguaje aparece como no alienado por las estructuras formales, el método (cualquiera que sea) o como sub-producto de su propia semántica, el lenguaje, entonces, resuelve la acción social como acto reflexivo.

industria de telefonía móvil pensaba que para el año 2000 habría unos 900.000 teléfonos celulares en el mercado mundial”, tal pronóstico cusa una gran sorpresa cuando se compara las ventas a comienzos del nuevo milenio en donde según la empresa Motorota vendían 900.000 teléfonos cada 19 horas. Se estima que para finales de este año habrá en el mundo tres mil millones de usuarios, casi la mitad de la población mundial.

Parecería que este tipo de tecnología sería casi privativa de los países industrializados , pero según Genevieve Feraud, el responsable de tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) y de negocio electrónico de la UNCTAD, el teléfono móvil es la única tecnología de la información y de la comunicación que cuenta con más usuarios en el mundo en desarrollo que en el industrializado, por otro lado es de destacar que la demanda más fuerte de aparatos nuevos se encuentra en los mercados en desarrollo como India, China, África y América Latina.

Según surge de un informe privado presentado por el diario La Nación, en nuestro país uno de cada tres jóvenes de entre 14 y 18 años tiene en uso una línea de telefonía móvil, el 92% usa su equipo en forma intensiva para mandar SMS. Por otro lado una encuesta realizada por la Fundación Diagonal Sur (citada en el diario Página 12 el 9 de enero de este año) el acceso masivo en los adolescentes a las tecnologías de la informática y la comunicación genera mundos paralelos inaccesibles para los adultos.

Se a tornado en algo absolutamente habitual ver a jóvenes enviando y recibiendo mensajes de texto desde sus celulares desde los más diversos e insólitos lugares, en los colectivos, mientras andan en sus bicicletas, motos, autos, los bancos de las plazas, mientras caminan, hasta en lugares prohibidos como las escuelas.

La inserción de la tecnología es tal que en algunos sectores, el hecho de no poseer un teléfono celular se convierte en un estigma. La tecnología pasa a ser un rasgo que permite la inclusión o la exclusión a determinadas aldeas sociales, en donde, el Play Station, el MP3 y sobre todo el celular son los nuevos fetiches de los adolescentes.

La tecnología del teléfono celular es atractiva para los jóvenes, le permite sentirse cerca, al tanto de lo que hacen los demás integrantes de su grupo independientemente de las distancias físicas otorgándole la ilusión de no perderse nada, esta situación de conectividad permanente en un espacio virtual es un elemento central

para sostener el rol como miembro activo del grupo de pertenencia, creando una necesidad continua a la compañía virtual de sus pares.

La tecnología ha contribuido a cambiar gradualmente los hábitos y estilos en la comunicación de los jóvenes. El uso de los mensajes de texto (SMS) se ha convertido en el icono comunicacional de la generación posterior a 1988.

Cuando analizamos la estructura de los teletextos observamos que el rasgo más sobresaliente de esta variedad de comunicación electrónica es la oralización del texto, es decir, que la característica que se observa a priori en estos mensajes es la sensación de que los usuarios escriben utilizando la conjunción de diferentes fonemas, y leen como si estuvieran escuchando a su interlocutor.

Los mensajes de textos que utilizan los jóvenes para comunicarse entre ellos poseen reglas propias, podríamos describirlos como un tipo de interacción muy similar a la conversación oral.

Esta nueva forma de comunicación tiene la propiedad de crear “mensajes híbridos” (García Canclini, 1990) cuyos rasgos más notorios son la informalidad, la espontaneidad y la ausencia de una estructura elaborada; un mensaje que refleja la lengua hablada o “mensaje coloquial”.

Los jóvenes han utilizado la tecnología de los teléfonos celulares para romper la dicotomía entre lo hablado y lo escrito, obteniendo como resultado lo que podríamos llamar, en terminología de Clifford Geertz, un género confuso”, los jóvenes a través de sus SMS han unido el mensaje hablado y el mensaje escrito creando un “género híbrido”, “confuso” en donde se adaptan las comunicaciones interpersonales al los nuevos medios de comunicación.

Es importante en todo “diálogo” realizado a través de los mensajes de texto la rapidez en la recepción y el envío de los SMS, es por esta razón que adquiere una serie de condiciones o parámetros característicos también de la comunicación oral, las cuales se ajustan al tipo de tecnología que sirven como medio de comunicación, las cuales se asocian a la distancia espacial y temporal entre la producción y la recepción del enunciado, observándose en este tipo de “charlas” transposiciones de un medio a otro, en donde se siente la palpación del mensaje oral, un reflejo de lo hablado, en donde el mensaje oral intenta adaptarse a un medio de comunicación con los instrumentos específicos de la escritura.

Las comunicaciones de los jóvenes en torno a la telefonía celular ha tenido como consecuencia la gestación de una nueva actividad comunicativa y un nuevo género discursivo, manifestación de “lo hablado en lo escrito”, subrayando la inmediatez comunicativa.

Acerca del lenguaje y el juego de las diferencias⁶

La jerga del celular nos dice que “TQMCH” puede significar una declaración de amor, o “NSVMS”, una invitación esperada. Pero para “entender” el mensaje debemos traducir al lenguaje primero que nos dice “te quiero mucho” o “nos vemos “. Esta síntesis lingüística transforma como diría Hjelmslev una misma sustancia en otra expresión en función de la velocidad y la economía de los 140 / 100 caracteres que admite el mensaje de textos. ¿Un nuevo lenguaje? ¿Maltrato del idioma? ¿Jerga? ¿Código? ¿Identidad? ¿Sentido de pertenencia? ¿un nuevo lenguaje?

Las ideas de Derrida son una exploración de la naturaleza de la escritura en el más amplio sentido como *différance*. La dimensión de la escritura, que siempre incluye elementos pictográficos, ideográficos y fonéticos, no es idéntica consigo misma. La escritura, entonces, siempre es impura, y como tal desafía la noción de identidad, y, finalmente, la noción del origen como *?simple?*. No es ni totalmente presente ni ausente, sino que es la huella resultante de su propia borradura en el viaje hacia la transparencia

La escritura como huella, marca, grafema, deviene en la precondition de todas las formas fenoménicas. Este es el sentido implícito en el capítulo de *De la gramatología* titulado “*El fin del libro y el comienzo de la escritura*” la escritura en el sentido más estricto, es virtual, no fenoménica; no es lo que está producido sino lo que hace posible la producción.

⁶ Derrida distingue la diferencia conceptualizable del sentido común, de una diferencia que no es traída de regreso en el sentido de lo mismo y que, a través de un concepto, da una identidad. La diferencia no es una identidad, ni es la diferencia entre dos identidades. Diferencia es diferencia diferida (en francés, el mismo verbo *différer*- significa tanto *? diferenciarse?* Como *? diferir?*). *Différance* nos alerta sobre una serie de términos que son prominentes en la obra de Derrida, cuya estructura es inexorablemente doble. La diferencia deviene en lo que queda fuera del alcance del pensamiento metafísico occidental, porque es la última condición de posibilidad

En el "vale todo" del lenguaje de la telefonía celular hay cierta lógica y algunas reglas básicas: los acentos son molestos y los jóvenes no están dispuestos a usarlos; los signos de interrogación y de expresión no existen al comienzo de la frase; la h no sólo es muda, también es invisible; la letra "y" elimina a la "ll" ; la k reemplazó en casi todos los casos a la c y la q son intercambiables; la "e", como en el inglés, se esfuma al comienzo de la palabra y las demás vocales se suprimen en el medio; abreviaturas y contracciones son bienvenidas y los signos matemáticos reemplazan a las palabras. A ellas se suma una serie de símbolos que llaman "caritas" o "emoticons" (del inglés, emotion icons), que imitan caras o gestos si se los mira de costado.

Para abordar estas cuestiones desde una concepción del lenguaje abierta al juego de las diferencias, vamos a tomar la mirada de Ludwig Wittgenstein quien ya en la primera mitad del siglo XX se propone reflexionar sobre el lenguaje cotidiano, las prácticas y las formas de vida, rechazando la construcción de conceptos universales y abstractos.

Juegos y Jergas

En Investigaciones Filosóficas, centrándose en la idea de lenguaje como comportamiento, sostiene que el significado de las palabras no remite ya a la función de representación sino al uso de los términos. Lo que intenta mostrar es la "prodigiosa diversidad" de modos en que los sujetos usan el lenguaje. Afirma que nuestro lenguaje adquiere significación a partir de los usos que le damos en la práctica, dentro de reglas que regulan los usos de las expresiones en los distintos 'juegos de lenguaje' en el contexto de las 'formas de vida' que organizan y dan sentido a dichos 'juegos'. Las reglas son siempre públicas, dialógicas, se verifican al compartirlas.

En consecuencia todo lenguaje privado es imposible, el lenguaje es siempre público. Dado que el significado se establece en el contexto, desaparece la búsqueda del ideal de claridad de un lenguaje perfecto y unívoco. El uso implica los deslizamientos de sentido y las ambigüedades propias del comportamiento humano. El lenguaje ordinario es abierto y dinámico, en él no es posible definir sino sólo encontrar algunos *parecidos de familia*. Las semejanzas o *parecidos de familia* no se estructuran como esencias fijas compartidas por los individuos o las cosas semejantes. Hay rasgos

similares pero no son lo mismo, y en la repetición es donde aparece la huella de la diferencia. Son semejantes y, por eso mismo, diferentes.

Ningún límite es definitivo, permanentemente surgen nuevos juegos mientras otros se sedimentan y el hombre los comprende y usa dentro de las 'formas de vida' en las que está inserto. Por tanto la certeza es siempre subjetiva y los acuerdos mera conjetura.

El Wittgenstein en *Tractatus* entiende que la esencia del lenguaje (empleamos el término 'esencia' a pesar de lo resbaladizo e impropio que resulta) se conforma en su estructura lógica. Los usos del lenguaje responden a unas ciertas reglas que son necesarias cumplir para poder integrarlas en el juego del lenguaje. Pero, qué entendemos en realidad por esta expresión. En realidad no hay una definición precisa. El lenguaje se compone de infinitos juegos, quizá tantos como hablantes, entre los cuales juegos podemos encontrar lo que se denomina "parecidos de familia". Mediante estos hay una tendencia inevitable a la unidad, a seleccionar los aspectos comunes para lograr conceptos generales que abarquen una porción de realidad lingüística lo más amplia posible. Todo ello es posible debido a esta inevitable tendencia mediante la cual aprendemos el significado de una cosa y así fotografiamos su imagen.

Con los juegos del lenguaje Wittgenstein justifica fundamentalmente tres tipos de cosas: se aplican para dar nombre a una cosa o para incentivar lenguajes cuya estructura es muy simple; se aplican a determinados aspectos lingüísticos que están insertos en una totalidad orgánica; y finalmente se aplican también para el uso del lenguaje cotidiano.

El juego del lenguaje se refiere a la totalidad de la actividad lingüística que, aunque sea muy imprecisamente, se clasifica en cuatro grupos:

- 1 - para construir un objeto o hacer predicciones.
- 2 - para traducir, leer, actuar siguiendo el orden adecuado.
- 3 - para ordenar, mentir, relatar...
- 4 - para ayudar a la comprensión de sistemas indefinidos o relativos: el dolor, la percepción de los colores...

Wittgenstein se apoya en ocasiones en la metáfora del juego, en su carácter lúdico, en la diversión como objeto. Pero los juegos del lenguaje tendrán en realidad

una función mucho más diversa. No podemos perder de vista la idea de que el lenguaje ahora ya no es una "figura" de los hechos, sino que se admite una pluralidad de lenguajes, cada uno de los cuales es un modo de relacionarse con el mundo y tiene su propio sistema de juego. Es en definitiva una forma de vida (Lebensform) dada, la cual debemos aceptar: "cabe imaginar muy bien -dice- un lenguaje formado tan sólo por órdenes y partes de batalla. O un lenguaje que sólo viniera a constar de preguntas y un par de expresiones, una para la respuesta positiva y otra para la negativa. E innumerables otros." (5).

Podremos así, establecer juegos del lenguaje cuando este sea flexible, cuando sea una actividad y exista sólo en su uso. Esta última es la palabra clave, pues no es posible prescribir leyes a los lenguajes, sino únicamente describirlos; no los podemos aprender fuera de ellos, en un diccionario o en simple manual, sino usándolos. Por ello, cada lenguaje es un juego lingüístico diferente a los demás.

Iconicidad del lenguaje: una lectura esférica

La telefonía celular presenta otra "ventaja": su vínculo con la imagen y con la computadora. La verdadera revolución podría describirse como la fusión de letra e imagen: para el lenguaje de telefonía celular, una letra puede ser un dibujo y un texto una imagen. Es un lenguaje sintético que origina un encadenamiento de mosaico en el que sus elementos sólo tienen sentido si se consideran en conjunto

La simultaneidad del signo icónico (simple) promueve una velocidad permitiendo al receptor un mayor control del orden en el que esas partes se presentan. Los estudios de los patrones de movimiento del ojo han revelado algunos datos sobre la forma en que los sujetos exploran las exposiciones visuales, pero no se han hecho generalizaciones importantes. Por tanto, cuando el orden en el que se encuentran las ideas es fundamental, son preferibles los signos digitales frente a otros. La naturaleza no lineal de los signos icónicos también parece ser facilitadora cuando se busca que el sujeto lleve a cabo pensamiento divergente, formule hipótesis o desarrolle una actividad creativa.

La escritura digital hipertextual permite la conversión del "lector" en "escritor". De la lectura plana vamos a la lectura esférica, dice Beatriz Sarlo. La escritura autoral se desplaza hacia la construcción textual colectiva; los privilegios de la gramática

lentamente son relevados por la semiótica y la hermenéutica; la producción perifrástica encuentra su reemplazo en la intertextualidad, que es interobjetualidad en la escritura hipertextual, pues se puede acceder a un texto o a diversidad de ellos en medios diversos. Pero Beatriz Sarlo nos hace también una advertencia, y es que sin las cartas de navegación orales y escriturales el navegante hipertextual no podría ir a ninguna parte. La polémica entonces es con quienes piensan "con optimismo tecnológico y ceguera sociológica" que el hipertexto es la libertad anhelada y que el autor puede ser autónomo y creativo. Y para los que oponen hipertexto al libro, les plantea que no habrá creatividad sin lectores capaces de mantener una relación fluida con lo escrito. Régis Debray considera que nuestra época pertenece a la visoesfera, la visibilidad del mensaje implica espacialidad y vincula el sentido de la vista al del contacto promoviendo un simulacro de cercanía.

¿Una poética del lenguaje cotidiano? Datos sobre la cultura juvenil

En este trabajo hemos tratado de analizar el lenguaje desde una plataforma conceptual que ponga en evidencia el carácter complejo que el uso del mismo promueve para no hacer nuevamente a los jóvenes responsables del deterioro del lenguaje sino considerarlos como exploradores de la difer(e)ncia en virtud de una lógica del tiempo y espacio posmodernos. Estética asentada en una de las paradojas del lenguaje su capacidad de significar más allá de la norma. El involucramiento práctico que el lenguaje de la telefonía celular promueve pone en evidencia una reflexividad emergente para el consumo.

Los nuevos juegos del lenguaje que proponen las actuales culturas juveniles a través de canales de comunicación como computadoras, redes telemáticas y celulares, han vuelto a introducir la forma escrita como modalidad habitual de comunicación entre pares, en especial entre niños y jóvenes. La rapidez y facilidad que permiten los TICS han propiciado un aumento en la frecuencia de las comunicaciones, que fomenta la integración y los lazos afectivos y profesionales.

El impacto de los medios de comunicación masiva en la cultura es un hecho indiscutible; en cuanto al estudio respecto de la transformación en los modos de socialización que emerge, aún se está explorando, pero sabemos que una transformación en la percepción de lo real es la marca de nuestro tiempo. Un "estilo mediático" cuyas características son velocidad, fragmentación, repetición; un nuevo imaginario de

espacio y tiempo impregna la cultura. Los jóvenes ponen de manifiesto con más intensidad y variedad que otras generaciones los cambios culturales, y es el plano de la cultura, antes que el de la política o el de la economía, el que evidencia las nuevas modalidades que asume la juventud actual. Sensibles a las nuevas tecnologías y al predominio de la imagen, los jóvenes encuentran en ésta un ámbito propicio para capturar y expresar la variedad cultural de nuestro tiempo y orientar, más en el nivel de los signos que en el del accionar sobre el mundo, su apetito de identidad.

En la Argentina los jóvenes -entre 13 y 24 años- consumen de dos a cuatro horas diarias de T.V.; diferentes investigadores advierten sobre este fenómeno en términos de “una revolución cultural” en tanto se establece una transformación en los modos de participación comunitaria. Un paseo por la web y las hiperficciones permite comprobar que la influencia de lo visual es cada vez más importante. Vandendorpe (1999, 127) dice al respecto: “De buena gana se evocan los manuscritos ricamente decorados de la Edad Media. Pero mientras que la función de la estampa medieval era familiarizar con la lectura a una población considerablemente analfabeta, el texto ilustrado que hoy se encuentra en las revistas y en la web más bien apunta a retener la atención incierta y altamente volátil de lectores llevados en la búsqueda de signos, que ante todo exigen ser seducidos para dedicar un momento a cualquier documento”.

El estilo de vida generacional engloba dos aspectos de su existencia misma: la idea de un destino común y un espacio vital, los que al unirse ponen de manifiesto ese estilo de vida. Las relaciones entre las generaciones que coexisten, habitualmente se hallan en estado de tensión, en vista de que la naturaleza de las relaciones entre generaciones se refleja en el ejercicio autoritario. Los adultos, al poseer el saber y detentar el poder, controlan y ejercen autoridad sobre las generaciones jóvenes. Margaret Mead (1980, 72) considera que la ruptura generacional es causada por los cambios tecnológicos después de la segunda guerra mundial: “nos han inculcado habilidades y valores que son parcialmente apropiados en esta nueva época, pero somos los adultos quienes todavía tenemos en nuestras manos las técnicas del gobierno y del poder (...) sin embargo esta hegemonía es contrapesada por el temor que nos inspira el hecho de que los jóvenes se están transformando en desconocidos ante nuestros ojos, de que los adolescentes congregados en la esquina deban asustarnos como la vanguardia de un ejército invasor”. Reich (1986, 26) afirma “en todo joven actúa una tendencia hacia la rebelión contra la represión autoritaria”, puede observarse la imperiosa necesidad que

mueve a la juventud hacia la búsqueda de espacios propios fuera del ámbito familiar. De esa manera se van consolidando verdaderos movimientos juveniles en contra de la ideología autoritaria representada, en el plano familiar, por la no identificación del hijo con la figura de autoridad y en el plano escolar “porque el joven se halla en situación de total carencia de poder en su lugar de trabajo, que es la institución escolar”.

Las identidades juveniles deben pensarse en el marco de las coordenadas espacio-temporales, básicas para la vida social. Y también ellas se ven enfrentadas a múltiples tensiones por la aceleración y la contracción o expansión (según cómo se vea) en la era de las nuevas tecnologías de información. La recepción en tiempo real de las noticias del mundo y el acceso –desigual- a discursos y productos culturales de todos los puntos del planeta, posible por los medios de comunicación e Internet, vuelven mucho más complejo el panorama social para el joven, en la medida en que lo acercan a representaciones que pueden entrar en contradicción con los supuestos valorados localmente, poniendo en crisis la legitimidad de algunas representaciones, obligándolo a un reajuste constante entre su experiencia inmediata y ciertos discursos que parecen cada vez menos lejanos.

Las representaciones, los sentidos de la vida, se ven enfrentados a una sensación de “extrañamiento”, que implica someter a prueba constante el valor operado. Sin embargo, puede observarse que a los fenómenos de globalización y desterritorialización económica y mundialización de la cultura, se le oponen fenómenos de “relocalización”. Los jóvenes parecen “responder” a estos flujos globales, dotando de sentido a “nuevos” territorios, que en términos socioespaciales surgen como “comunidades de sentido”, como por ejemplo el barrio, el colectivo cultural o político, la Red, etc. Ellos operan como una especie de “círculo de protección” ante la incertidumbre que provoca un mundo que se mueve mucho más rápido que la capacidad del actor para producir respuestas.

La oralidad escrita a la que ha dado paso esta expresión de la tecnología supone nuevos códigos apropiados a las características de los medios utilizados. Los mensajes de texto de los celulares (verdaderos aparatos multifuncionales, ya que adosan al teléfono cámara de fotos y video, reproductor y grabador de música, etc.) presentan claramente esta transformación cualitativa de una comunicación signada por la inmediatez y la ubicuidad (¿quién sos? y/o ¿dónde estás?).

Como señalamos anteriormente este nuevo código no supone un deterioro del anterior sino una nueva forma de comunicación, con los rasgos culturales de una generación que utiliza como soporte de la lectura y la escritura a una pantalla electrónica, pantalla emisora de luz que separa las palabras escritas de un soporte material. Poner el acento en los peligros que entrañan estos medios para la distorsión del lenguaje y su empobrecimiento, implica prejuizar desde el temor que suele generar en muchos las prácticas juveniles que no responden a convenciones y normas impuestos por los adultos. En épocas anteriores, con la influencia del lenguaje lineal y jerárquico de la modernidad, seguramente habrá provocado ese escozor el lenguaje elíptico de los telegramas y la críptica traducción de los taquígrafos. También provocó temor la influencia de la imagen en los individuos, especialmente la transmitida por la televisión. Giovanni Sartori, escritor y politólogo italiano, analizó en los años 90 –un tanto apocalípticamente- este fenómeno en términos de pérdida y deterioro.

Designa como “homo videns” al individuo formado e informado por las imágenes, no sólo como entretenimiento, sino como espectáculo, comunicando con facilismo datos que no exigen entender conceptos y menos aún, abstracciones. Sostiene que esto deriva en una mente “empequeñecida”, con tendencia a padecer de “vacío”, resultando sociedades conformadas por individuos cuyas opiniones pueden ser manipuladas por los creadores de imágenes. Para Sartori, esta cultura audiovisual es la “incultura”; promueve que sólo exista o tenga importancia lo que se puede ver. Así, el “homo videns” se aparta del “homo sapiens” (producto de la cultura, hablada y escrita), se rompe la armonía entre conceptos e imágenes: hombres sin pensamientos o juicios propios.

Según este autor, el problema comienza temprano, cuando los niños, todavía analfabetos, pasan horas frente a la televisión, se alejan de las palabras y de sus explicaciones, atrofiándose la capacidad de entender. Este hecho continúa, más tarde, siendo adultos, y por lo tanto se distorsionan los intereses sociales y políticos necesarios para la convivencia.

Reconoce Sartori la importancia de la televisión, que ofrece al gran público, en forma inmediata, los acontecimientos, acercando a las sociedades, pero advierte que esto no es suficiente. Propone, como remedio, restablecer la armonía perdida estimulando la capacidad de los individuos de pensar, visualizar y abstraer, tarea que, considera, debe empezar en la escuela: con la palabra, la instrucción, fomentando la

lectura y el diálogo, evitando que la imagen sea el único medio de percibir la realidad, armonizando el “homo sapiens” con el “homo videns”, para poder lograr el “hombre integrado”, activo participante en su grupo social.

El Chat, en su uso habitual, implica una forma de dialogar fluida e instantánea, que requiere dejar de lado muchas convenciones, a los efectos de conseguir dinamismo y eficacia comunicativa. Permite mantener “conversaciones escritas” tanto con compañeros de estudio o de trabajo como con personas desconocidas. En este último caso se construyen relaciones interpersonales a través del discurso de cada uno, y el éxito o fracaso suele estar vinculado con el poder de representación de esa escritura oral. Suele observarse en algunos varones más jóvenes, en los que puede verse un alto número de incorrecciones gramaticales, ortográficas y tipográficas cuando se comunican por otros medios, que cuando entablan relaciones con chicas más grandes, se preocupan por la ortografía y por ciertos giros sintácticos. En muchos casos éstos dan cuenta de la edad de los interlocutores. Ellos construyen historias y personajes que deben sostener a través de la capacidad que manifiesten en ese discurso escrito. El fenómeno de la Red es similar, ya que al contactar con interlocutores “simbólicos”, cada uno puede presentarse ficcionalmente y esgrimir la personalidad que siempre soñó tener.

Consideramos que estos medios han resignificado la escritura y su poder de comunicación. En una sociedad de la imagen podemos observar a niños, jóvenes y adultos comunicándose todo el tiempo por escrito. Es cierto, es una escritura con otros códigos, que no sabemos si modificarán o no a los anteriores, dado que la mayoría de los jóvenes reconocen actualmente los diferentes registros y modalidades de comunicación escrita y los adecuan a los distintos pedidos y situaciones de producción. En cualquiera de las formas en que se comunican, las actuales generaciones o generaciones “SMS” (Short Message Service) abrevian la mayor cantidad de palabras, pensando – cuando pueden utilizarlo- sólo en la fonética y declarando que lo ideal es escribir mucho, pero más rápido y bien conciso, respondiendo de esta manera al contexto de pantallas que rodean sus vidas pero, especialmente, a una organización social que presenta como valores la inmediatez y la carrera contra el tiempo.

Es probable que la economía del signo propia de las nuevas tecnologías opere mutaciones en los usos del lenguaje, que el hombre usa – desde hace más de cinco mil años- para crear, almacenar y transmitir el saber, y esas mutaciones incidirán,

necesariamente, en los modos de leer y de escribir. La “revolución interactiva” propone, precisamente por la coexistencia dinámica, nuevos objetos de lectura y nuevas formas de expresión comunicativas.

Referencias

APREA, G (2004): Desarrollo humano: necesidades y derechos en torno a los medios y tecnologías de la comunicación, en Krholing Peruzzo, C., *Vozes Cidadas. Aspectos teóricos e análisis de experiencias de comunicacao popular e sindical na América latina*, Sao Paulo, Agellara, pp.21-39.

BRIZ GÓMEZ, ANTONIO (1998). *El español coloquial en la conversación: esbozo de pragmagramática*. Barcelona: Ariel.

DEBRAY, Régis,(1994) *Vida y muerte de la imagen*. Historia de la mirada en Occidente, Barcelona, Ediciones Piados.

DELEUZE, Gilles (1994) *Lógica del sentido*, Madrid, Piados.

DERRIDA, Jacques (1971) *De la gramatología*, Buenos Aires, Siglo XXI.

DEWDNEY ANDREW, BOYD FRANK (1997). *La televisión, los ordenadores, la tecnología y la forma cultural*. Editorial Paidos, Buenos Aires Argentina.

EL CLARÍN, www.clarin.com.ar. *Diario On-Line*. Argentina.

GARCÍA CANCLINI, NÉSTOR (1990). *Culturas Híbridas*. México, Grijalbo.

GIDDENS, A et al. (1990). *La teoría social hoy*, Madrid, Alianza.

KIPKE, SAUL (1989) Wittgenstein: *reglas y lenguaje privado*, México, UNAM.

MAGALLANES SERGIO (1995). *Escribir Lo Que Queremos Hablar, Leer Lo Que Queremos Oír*. Resúmenes, Primer Encuentro De Antropología De La Provincia De Buenos Aires. Olavarría, Universidad Nacional del Centro.

MAYANS I PLANELLS, JOAN (2000), *El lenguaje de los chats: entre la diversión y la subversión*", en *World*, 29, pp. 42-50. Disponible en línea en <http://cibersociedad.rediris.es/mayans>.

MEAD, Margaret (1998): *Cultura y compromiso*. Estudio sobre la ruptura generacional. Barcelona, Gedisa.

REGUILLO CRUZ, Rossana (2000): *Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto*. Buenos Aires, Grupo Editorial Norma.

REICH, Wilhelm (1986): *Qué es conciencia de clase*, en Materialismo dialéctico y psicoanálisis, México, Siglo XXI.

SARLO, Beatriz. *Del plano a la esfera: libros e hipertextos, en Cultura, Medios y Sociedad*. en Barbero J. M. y López de la Roche Fabio (Eds.) CES/ Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, 1988

SARTORI, Giovanni (1998): *Homo Videns, la sociedad teledirigida*, Buenos Aires, Taurus.

SILVA, Armando. *Las imágenes: ¿nos hablan?* En Revista *Signo y Pensamiento*, No. 16, 1990.

VANDENDORPE, CH. (1999) *Del Papiro al Hipertexto*, Bs. As., Fondo de Cultura Económica de Argentina.

WITTGENSTEIN, LUDWIG (1988) *Investigaciones Filosóficas*, Barcelona, Crítica.