

GLOSAS DIDÁCTICAS

REVISTA ELECTRÓNICA INTERNACIONAL
ISSN 1576-7809

EL TELÉFONO MÓVIL: UN APARATO GENERADOR DE UN NUEVO TIPO DE LENGUAJE: ANÁLISIS DEL EMPLEO DEL FONEMA /K/

Marta Blanco Carpintero
Universidad Complutense de Madrid
marblacar@hotmail.com

El mercado de las comunicaciones es uno de los sectores económicos que más ha evolucionado en los últimos 10 años. La telefonía móvil ha encabezado, junto con Internet, una revolución en la forma de entender el concepto Comunicación mantenido hasta principios de los años noventa. Los datos que ofrecía Vodafone en 1998 son apabullantes:

El número de líneas de telefonía móvil ha crecido a una tasa media del 100% anual. La telefonía móvil ha impulsado el crecimiento de la economía española y del sector de las telecomunicaciones. En concreto, el sector de la telefonía móvil generó en 1998 un valor añadido total de 1364 millones de € - 227.000 millones de pesetas, lo que representa ya el 0'3% del PIB; la telefonía móvil, gracias a su fuerte dinamismo, es responsable directa del 2% del crecimiento del PIB en ese mismo año.

Como muestra del efecto beneficioso para los clientes se estima que, durante 1998, se han ahorrado 330 millones de € - 55.000 millones de pesetas gracias a las tarifas más bajas. El beneficio debido a la innovación en telefonía móvil fue en 1998 de 421 millones de € - 70.000 millones de pesetas. El 80% de este beneficio se ha repercutido directamente a los clientes.

La producción efectiva de la telefonía móvil en 1998 fue de 4026 millones de € - 0'67 billones de pesetas, y el efecto indirecto fue de 4207 millones de € - 0'7 billones de pesetas. Por tanto, la actividad directa e indirecta de la telefonía móvil contribuye en un 0'75% al PIB español.

En cuanto a empleo, se estima que 85.000 trabajadores dependieron indirectamente de la telefonía móvil en 1998. Si además consideramos los 8.000 empleos directos, el 0'7% del empleo en España tiene una dependencia de la telefonía móvil. La bajada de precios en la telefonía móvil tiene un efecto indirecto sobre la disminución del nivel general de los precios

del 0'025%, con un impacto favorable en la competitividad internacional de la economía española¹.

Estos datos sobre el abrumante crecimiento de la telefonía móvil respalda el impacto social que esta nueva manera de comunicación ha creado.

Las comunicaciones de todo el mundo se han ido desplazando del tráfico de voz fijo al móvil, influyendo en su rápido crecimiento. Los jóvenes son, en parte, responsables de este fenómeno que, por efecto del contagio, se ha extendido a todas las capas sociales. Dirá Vodafone a cerca del mismo año:

España encabezó el crecimiento de la telefonía móvil en Europa, con un incremento del 112,8%. La principal causa de un crecimiento tan acusado se encuentra en la explosión de la demanda por parte de los jóvenes, que representan el 55% de los nuevos clientes. Actualmente, el 79% de los usuarios de móvil declara como motivo principal de utilización el familiar.

Dentro de esta manifestación se puede encontrar otro fenómeno interno con el que no contaban las grandes compañías que componen este mercado: los mensajes cortos o sms (*Short Messaging Service*). El éxito se basa en una causa fundamentalmente económica: el coste del sms es barato y resulta más barato que una llamada al mismo número. Además, es compatible con cualquier móvil u operador

Las cifras que se manejan cuando se habla de este tipo de comunicación son esclarecedoras y reflejan el impacto social de este tipo de comunicación. Así, para Vodafone "El número de mensajes cortos (SMS) cursados desde enero de 2000 hasta el 31 de marzo de 2001 por la red de Airtel Móvil, S.A. alcanzó la cifra de 1.478 millones, representando una facturación de 31.628 millones de pesetas". Otros estudios calculan el 20.000 millones, el número de sms que se envían al mes en el mundo, siendo el 80 % con carácter personal.

Ninguna compañía se esperaba el éxito obtenido por el sms, pero todas han ideado productos lucrativos que incrementen las posibilidades de beneficio en el consumo de este tipo de servicio.

Tanto las compañías de telefonía como las empresas de servicios y ocio han ido creando en torno a esta nueva forma de comunicación multitud de productos que fidelizan y sugestionan al posible cliente, creando una red de servicios anexos a la utilidad original: sms gratuitos como parte de paquetes promocionales, chat (en conjunción con Internet), servicios de información y ocio que llegan directamente al terminal a través del sms, logos, melodías, contratos con televisión y prensa escrita para participar en sus espacios de manera activa través de concursos, encuestas, votaciones, sorteos... y, por supuesto, la última innovación que está destinada a desbancar al sms: el mms (*Multimedia Messaging Service*).

De todas formas, casi todos estos nuevos productos y usos están destinados a un público eminentemente joven, si bien el mms comienza a ampliar la horquilla del público usuario.

Así, a lo largo de la historia se han ido observando diferentes fenómenos sociales que han influido en los diferentes cambios del lenguaje y de la lingüística. Por eso, no es gratuito pensar que los sms podrían ser detonante para nuevas innovaciones en el lenguaje, tal y como hoy lo conocemos.

Por un lado, las lenguas se rigen por dos principios fundamentales que las dotan de la capacidad de natural evolución para ser útiles a la sociedad que sirven: el principio de economía del lenguaje, capaz de eliminar todo lo que sea innecesario y el principio de funcionalidad, basado en el postulado de que tiene que existir solidaridad entre significante y significado.

Además de esto, interactúa en la formación de lenguaje específicamente fonológico un tercer principio no menos importante: el principio de oposición, por el cual las unidades existen como tales y no como otras y mantiene rasgos diferenciales a pesar de tener rasgos en común.

Cuando el individuo, desde la posición de usuario del lenguaje español y actuando desde la perspectiva de la lengua como producto, no reconoce la utilidad de las letras H y Q y las elimina, es posible que vivamos un periodo de cambio lingüístico en la etapa de innovación.

El sms limita el discurso a 160 caracteres. El mms amplía dicho discurso apoyándose en imágenes, video y música. La lengua española se enfrenta a la amenaza de la pérdida de dos de sus letras por falta de utilidad real dentro de los mensajes cortos: la h y la q, al no mantener una practicidad en la comprensión del texto escrito, se ven avocadas a su desaparición, al menos dentro del lenguaje del sms. La h tiene sonido cero y la q sólo se puede utilizar con dos de las cinco vocales, produciendo un sonido idéntico a /k/.

Existe una confusión sobre el discurso y las nuevas tecnologías. Se crean diccionarios de sms, cuyas reglas comienzan a definirse en diferentes páginas de Internet, surgen propuestas normativas por parte de algunos sectores de la filología para regular este fenómeno, existen estudios para fijar el protocolo que se utiliza en Internet que es inminentemente escrito...

Todos estos fenómenos son síntomas de que algo sucede en el lenguaje. Nos situamos en un momento de innovación, predecesor de una etapa de adopción y difusión de la novedad lingüística.

Los más escépticos al cambio tienden a olvidar el uso vivo de las lenguas, como parte de un hecho social y por tanto mutable. Además, coexiste con la circunstancia de la arbitrariedad del signo: no hay nada que impida un cambio, si el cambio se produce. Por

ende, la lengua como fenómeno histórico participa del cambio, ya que cualquier dato permanente carece de historicidad. Incluso también habría que tener en cuenta el hecho de que la lengua es creatividad, no sólo producto.

El sms puede considerarse un fenómeno de masas que afecta al lenguaje. Además, la presumible esperanza de vida del sujeto introductor del cambio garantiza una larga existencia de fenómeno, ya que tiene el poder de mantenerse en el tiempo. El sms asume el cambio lingüístico desde una perspectiva social que afecta a un amplio e importante número de usuarios.

En contrapartida, no se puede ignorar datos como los aportados por la lingüista Suzanne Romaine con respecto a la edad:

La edad, evidentemente establece diferencias (...). En algunos casos las variaciones ligadas a la edad son modas pasajeras (...) fenómenos cíclicos que cada generación va repitiendo y abandonando (...), pero en otros casos pueden representar verdaderos cambios en progreso. Cuando se trata de una cosa u otra cosa únicamente puede determinarse comparando los usos de una misma comunidad en dos puntos del tiempo. Sólo entonces cabe decir si los patrones de variación entre las edades que se percibe en un determinado momento (es decir, lo que podríamos llamar "cambio en tiempo aparente") son una etapa del cambio a más largo plazo (es decir, "cambio en tiempo real"). (Romaine.1996:173)

Además añadirá "En la práctica la mayor parte de los cambios no son completamente regulares debido a que las innovaciones no gozan del mismo grado de difusión ni en el tiempo ni en el espacio".(Romaine 1996:166).

Teniendo en cuenta estas afirmaciones, quiero circunscribir esta tendencia de desaparición de la q a favor de la k y de la h, sin sonido efectivo, como una tendencia más del lenguaje vivo, gracias a la influencia de los fenómenos derivados de las nuevas tecnologías: chats, sms, Internet...

Concretando en el fenómeno derivado de las letras h y q, a lo largo de la historia lingüística se observa una vacilación dentro de su propia existencia y pervivencia, pero proceso queda fijado en 1726 por la Real Academia (la cual, según el filólogo Rafael Cano Aguilar adoptó una actitud etimologista (...) al restaurar la h- latina (hoy, hombre) y la de f- (hijo, hembra). (...) por último, contravino la etimología al regularizar la grafía /k/ (c+a, o, u, q+ue, ui)eliminando qu=[k+u] (quando, frecuente, etc...) tras las normas de 1815, los cambios ortográficos se han limitado casi exclusivamente a cuestiones de acentos y puntuación (Cano Aguilar.1998:260).

Los fenómenos de cambio se han producido a lo largo de la historia. El lenguaje, tal y como hoy se estudia, se ha ido transformando con el paso del tiempo y los diferentes sucesos sociales y económicos que han ido aconteciendo.

Más de 2.600 enmiendas y adiciones se han introducido en la XXII edición del Diccionario de la RAE, lo que demuestra que el proceso de la lengua es un proceso vivo, en movimiento. No existen pruebas concluyentes todavía de que el fenómeno de las nuevas tecnologías avance tanto, que sea necesaria una revisión de la gramática española, en pro de lo que en efecto suceda en el lenguaje real, como ya sucediera en otros momentos de la historia, con el paso de la f inicial a la h- aspirada y luego muda o cero fonética.

En la práctica y para un amplio espectro de hispanohablantes, la qu y la h no tienen un uso real en el sistema de mensajes cortos, en los chats o en los correos electrónicos vía e-mail.

Es posible que sea un fenómeno pasajero, propio de una edad sin poder adquisitivo que irá remitiendo en tanto que esos usuarios del lenguaje adquieran una economía personal estable que inutilice el sms, pero, en la práctica, desde las escuelas se denuncia constantemente el aumento de las faltas de ortografía de los alumnos y se señala al sms como uno de los principales responsables. Igualmente, las abreviaturas comienzan a ser admitidas en cada vez más ámbitos del dominio oficial.

Los cambios se han fraguado en la lengua a veces por periodos superiores a los siglos. Es pronto para determinar hacia dónde se dirige la lengua con los nuevos sistemas de comunicación, pero no está de más señalar que los patrones de conducta que se observan, ya se han repetido en otros momentos de la historia.

2. Bibliografía.

- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (1992) *Diccionario de la Lengua española*, Madrid.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (1999) *Ortografía de la lengua española*, Madrid,
- CANO, R. (1998) *El español a través de los tiempos*, Madrid, Arco/ Libros.
- CASADO, M. (2000) *El castellano actual: usos y normas*, Navarra, Eunsa.
- GIMENO, F. (1990) *Dialectología y sociolingüística españolas*, Alicante, Universidad de Alicante.
- LABOV, W. (1983) *Modelos sociolingüísticos*, Madrid, Cátedra.
- LAPESA, R. (1996) *El español moderno y contemporáneo*, Barcelona, Crítica.
- LÁZARO, F. (1997) *El dardo en la palabra*, Barcelona, Galaxia Gutenberg: Círculo de lectores.
- LORENZO, E. (1994) *El español de hoy, lengua en ebullición*, Madrid, Gredos.
- SECO, M. y SALVADOR, G. (Coords.) (1995) *La lengua española hoy*, Madrid, Fundación Juan March.
- ROMAINE, S. (1996) *El lenguaje en la sociedad: una introducción a la sociolingüística*, Barcelona, Ariel.
- VÄÄNÄNEN, V. (1988) *Introducción al latín vulgar*, Madrid, Gredos.

ALGUNAS PÁGINAS DE INTERNET DE INTERÉS:

<http://www.amena.com>

<http://www.cervantes.es>

<http://www.movistar.es>

<http://www.rae.es>

<http://www.vodafone.es>

DICCIONARIOS DE SMS EN INTERNET:

<http://www.webmovilgsm.com/sms/diccionario.htm>

http://www.zonanokia.com/diccionario_presentacion.htm

http://www.districtos.elepolis.com/telefoniamovil/lib/diccionario_sms

www.ociojoven.com/forum/message/1635039364/24/parent/20