



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES

**TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO Y
PUBLICIDAD**

**PROPUESTA PRÁCTICA DEL EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE
CARRERA (DE CARÁCTER COMPLEXIVO)**

INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

**TEMA: ANÁLISIS DEL USO DE NEOLOGISMOS, ACRÓNIMOS,
MEMES Y EMOJIS EN LA ERA DIGITAL.**

Autora: BAQUE FAJARDO IVONNE ALEXANDRA

Acompañante: LCDO. EDISON DAVID ANDRADE SÁNCHEZ MSC.

MILAGRO, NOVIEMBRE DE 2018

ECUADOR

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabricio Guevara Viejó, PhD.

RECTOR

Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Yo, **BAQUE FAJARDO IVONNE ALEXANDRA** en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la propuesta práctica de la alternativa de Titulación – Examen Complexivo: Investigación Documental, modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor de la propuesta practica realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación **COMUNICACIÓN SOCIAL Y EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO** de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de esta propuesta practica en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, a los 30 días del mes de noviembre de 2018

Ivonne Baque F.

BAQUE FAJARDO IVONNE ALEXANDRA

C.I: **095385358-7**

APROBACIÓN DEL TUTOR DE LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

Yo, **ANDRADE SANCHEZ EDISON DAVID** en mi calidad de tutor de la Investigación Documental como Propuesta práctica del Examen de grado o de fin de carrera (de carácter complejo), elaborado por la estudiante **BAQUE FAJARDO IVONNE ALEXANDRA**, cuyo tema de trabajo de Titulación es **ANÁLISIS DEL USO DE NEOLOGISMOS, ACRÓNIMOS, MEMES Y EMOJIS EN LA ERA DIGITAL**, que aporta a la Línea de Investigación **COMUNICACIÓN SOCIAL Y EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO** previo a la obtención del Grado **LICENCIATURA EN DISEÑO GRAFICO Y PUBLICIDAD**; trabajo de titulación que consiste en una propuesta innovadora que contiene, como mínimo, una investigación exploratoria y diagnóstica, base conceptual, conclusiones y fuentes de consulta, considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo **APRUEBO**, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la alternativa de del Examen de grado o de fin de carrera (de carácter complejo) de la Universidad Estatal de Milagro.

En la ciudad de Milagro, a los 30 días del mes de noviembre de 2018.



ANDRADE SANCHEZ EDISON DAVID
Tutor
C.I.:092398063-5

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Lcdo. ANDRADE SANCHEZ EDISON DAVID MSc.

Lcdo. TOVAR ARCOS GERMANICO RENEE MSc.

Lcdo. CHOEZ ORTEGA DAVID ULISES MSc.

Luego de realizar la revisión de la Investigación Documental como propuesta práctica, previo a la obtención del título (o grado académico) de **LICENCIATURA EN DISEÑO GRAFICO Y PUBLICIDAD** presentado por la señorita **BAQUE FAJARDO IVONNE ALEXANDRA**.

Con el tema de trabajo de Titulación: **ANÁLISIS DEL USO DE NEOLOGISMOS, ACRÓNIMOS, MEMES Y EMOJIS EN LA ERA DIGITAL**.




Otorga a la presente Investigación Documental como propuesta práctica, las siguientes calificaciones:

Investigación documental	[80]
Defensa oral	[20]
Total	[100]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) APROBADO.

Fecha: 30 de noviembre de 2018.

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente	ANDRADE SÁNCHEZ EDISON DAVID	
Secretario /a	CHOEZ ORTEGA DAVID ULISES	
Integrante	TOVAR ARCOS GERMANICO RENEE	

DEDICATORIA

Dedico mi esfuerzo a mis padres y abuelas, por su apoyo e inspiración a esforzarme y no dejarme rendir ante ninguna situación.

AGRADECIMIENTO

Expreso mi total gratitud al Lcdo. Edison David Andrade Sánchez Msc., por su asesoría en mi trabajo de titulación y motivación incondicional en todo el proceso recorrido.

A mis docentes, que con sus magníficas charlas, consejos y ejemplos de superación me inspiran a sobresalir en cada ámbito.

Pero sobre todo a mis padres, abuelos y hermanas por nunca dejarme rendir, apoyarme emocional y económicamente y entender todo el largo recorrido en mi vida estudiantil.

ÍNDICE GENERAL

DERECHOS DE AUTOR.....	II
APROBACIÓN DEL TUTOR DE LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL	III
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO.....	VI
RESUMEN.....	- 1 -
ABSTRACT	- 2 -
INTRODUCCIÓN.....	- 3 -
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	- 4 -
1.1. OBJETIVOS.....	- 5 -
1.1.1. OBJETIVO GENERAL.....	- 5 -
1.1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	- 5 -
1.2. JUSTIFICACIÓN.....	- 5 -
2. MARCO CONCEPTUAL.....	- 7 -
2.1. ANTECEDENTES HISTORICOS	- 7 -
2.2. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION	- 10 -
3. METODOLOGÍA	21
3.1. TIPOS DE INVESTIGACIÓN	21
3.2. FUENTES DE INFORMACIÓN	22
4. DESARROLLO DEL TEMA	23
5. CONCLUSIONES	25
TRABAJOS CITADOS.....	26
GLOSARIO.....	31

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1 - Principales fuentes de noticias (Dinero en Imagen, 2014)</i>	<i>- 16 -</i>
---	---------------

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Ilustración 2.2-1 - Generación Silenciosa (Condusef, 2018).....</i>	<i>- 11 -</i>
<i>Ilustración 2.2-2 -Generación Baby Boomers (Condusef, 2018).....</i>	<i>- 12 -</i>
<i>Ilustración 2.2-3 - Generación X (Condusef, 2018).....</i>	<i>- 13 -</i>
<i>Ilustración 2.2-4 - Generación Y o Millennials (Condusef, 2018)</i>	<i>- 14 -</i>
<i>Ilustración 2.2-5 - Generación Z o Centennials (Condusef, 2018)</i>	<i>- 15 -</i>

RESUMEN

El avance tecnológico en la actual “era digital” ha hecho que la comunicación vaya evolucionando conjunto a esta. Provocando una “era” de lenguajes inclusivos, comunicación digital, neologismos, acrónimos, memes, emojis y más, sin medir la aceleración y propagación continua que tiene día a día debido a la facilidad de acceso y excesivo uso del Internet y los dispositivos móviles inteligentes. Creando brechas entre generaciones pasadas y actuales, y sobrecargando a la sociedad de información que con el paso del día se vuelve cada vez más obsoleta.

La correspondiente investigación nos muestra las opiniones de varios investigadores sobre estos hechos trascendentales que han marcado cada generación, que nos ayudan a determinar los cambios inminentes que hay entre ellas provocados por el paso del tiempo y lo que provoca todo esto en conjunto.

Palabras claves: Generación, evolución, neologismos, acrónimos, memes, emojis.

ABSTRACT

Technological progress in the current "digital era" has made communication evolve as a whole. Provoking an "era" of inclusive languages, digital communication, neologisms, acronyms, memes, emojis and more, without measuring the acceleration and continuous propagation that it has every day due to the ease of access and excessive use of the Internet and smart mobile devices. Creating gaps between past and current generations, and overloading the information society that with the passage of the day becomes increasingly obsolete.

The corresponding research shows us the opinions of several researchers on these transcendental facts that have marked each generation, which help us to determine the imminent changes between them caused by the passage of time and what causes all this together.

Keywords: Generation, evolution, neologisms, acronyms, memes, emojis.

INTRODUCCIÓN

La necesidad inminente del ser humano por comunicarse ha logrado romper barreras, desde pinturas rupestres hasta la comunicación en la “era digital”, teniendo cambios importantes que han marcado cada generación.

En pleno siglo XXI la comunicación ha sufrido más cambios que en cualquier otra generación pasada debido a la facilidad de acceso de Internet y dispositivos móviles inteligentes, marcando su paso como “era digital”, involucrando la creación y aumento de neologismos, acrónimos, enojos y memes, que se expanden rápidamente por la red informática.

Siendo de esta manera que se desarrollan una mezcla de culturas, palabras, significados - adaptaciones y /o modificaciones- han hecho paso en las generaciones actuales (Y y Z) que es casi imperdible que algún individuo involucrado no lo utilice, sin embargo, crea brechas sustanciales con generaciones anteriores.

La sobrecarga de información, el cambio acelerado de culturas, la necesidad excesiva de mantenerse “conectados” a Internet hace que nos preguntemos si es un cambio favorecedor allá forma comunicacional o un retroceso de la misma que perjudica la interacción social.

El presente proyecto cuenta con opiniones de investigadores especializados con relación al análisis del uso de neologismos, acrónimos, uso de emojis y memes en la era digital recolectadas de sus investigaciones previas, un proceso de investigación y desarrollo que nos ayuda a determinar los cambios efectuados y las brechas que ocasionan dicha situación con un análisis crítico sobre los resultados obtenidos.

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

En la actualidad los neologismos, tanto de habla hispana o inglesa (o la unión de esta conocida como spanglish) han sido aceptados por la Real Academia Española, en muchas ocasiones resultan de “préstamos lingüísticos” y estos son propagados especialmente por los jóvenes adolescentes y adultos (Generación X, Y y Z) e incluso medios de comunicación informativos.

La implementación de acrónimos, neologismos, emojis, memes y otras formas de expresiones existentes en las redes sociales han ido de forma creciente al punto de que un gran porcentaje de la población la utiliza. Sin embargo, pocos son los que saben su verdadero significado y/o aplicación.

El auge de los medios sociales digitales ha hecho que la comunicación globalizada se fortalezca, aplicando los formatos no sólo a plataformas digitales de comunicación, sino también al formato televisivo.

Los medios de comunicación aplican estas nuevas escrituras en sus informes periodísticos, aumentando así su uso en la comunidad y adaptándose al cambio de las telecomunicaciones globales.

Sin embargo, esto no siempre tiene repercusiones positivas debido a que los usuarios lo adoptan a su escritura habitual y no buscan su significado detrás de lo que se quiere llegar, lo que hace que aumente la confusión entre los internautas digitales y empobrecen la gramática por lo variante de su significación.

1.1.OBJETIVOS

1.1.1. OBJETIVO GENERAL

Analizar el uso de los acrónimos, neologismos, memes y emojis en las redes sociales mediante la investigación documental y descriptiva en la injerencia de la lengua para identificar los cambios producidos entre las diferentes generaciones.

1.1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Demostrar las diferencias entre las Generaciones Silenciosa, Baby Boomers, X, Y y Z.
- Identificar las problemáticas del uso de los términos de la Generación Millennials y Z.
- Presentar un glosario de términos para su correcto uso.

1.2.JUSTIFICACIÓN

La utilización de neologismos en la actualidad ha llevado inclusive a que medios de prensa los utilicen en sus plataformas digitales de redes sociales (Facebook y Twitter, siendo las favoritas) acompañados de memes, acrónimos, y signos gráficos llamados emojis.

Los neologismos no son más que nuevos significados a la unión de dos palabras ya existentes, la modificación de estas o la creación de nuevas en la lengua que generalmente son adaptadas de otro idioma o modismos de la sociedad.

Los emojis, por otro lado, son creaciones gráficas digitales evolucionadas a partir de signos de puntuación, que son utilizadas para dar “énfasis”, “evitar malentendidos”, e incluso en supresión a la escritura de una palabra, expresión o frase en una conversación digital y en enunciados en plataformas virtuales. (Lorente, 2017)

A esto también se le suma la creación de acrónimos por los *Millennials* y *Generación Z* en las redes sociales, y no es más que la selección de las iniciales para crear una nueva palabra, por ejemplo: “BAE” que significa “Before Anyone Else” o en español “antes que

nadie”; “TBT” como “Throwback Thursday” en español “jueves de antaño” o “recuerdo antiguo”; “LOL” como “Laughing Out Loud” - “reírse en voz alta”; “Random” que refiere a “aleatorio”. (Lema, 2018)

La dificultad con la que se ha encontrado nuestro idioma, cuya tendencia tradicional ha sido siempre la traducción de los neologismos de otras lenguas a la propia, ha sido la velocidad con la cual los neologismos informáticos llegaban y continuaban llegando y la necesidad de adaptarlos rápidamente para la comprensión destinada a un público no especializado. (Devís, 2006)

Sin embargo, el uso de neologismos, acrónimos, emojis y memes depende mucho de la región en la que se es utilizada. Debido a que en la actualidad aún existen lugares que, o no contienen los recursos o medios de “actualización” o contienen un significado diferente, por lo que puede provocar conflictos no deseados.

El aumento de nuevas palabras, la eliminación de otras, el cambio de significado y/o escritura de otras ya existentes por parte de la RAE ha provocado el disgusto de muchos seguidores que no forman parte de la “netiqueta”¹ global y los incluyen de manera negativa en grupos de infoxicación² y kainofobia³, creando conflictos en la lucha por culturizar y alfabetizar a la sociedad. Por lo que esta (sociedad) se encuentra dividida en los “newbies”⁴ y los que ven la situación como declive del idioma como tal.

¹ Protocolo social de reglas de comportamiento básicas que el usuario debe de tener ante los demás en Internet.

² Efecto que produce la sobrecarga de información o datos continua que sufre un individuo cuando entra en el mundo digital.

³ Miedo a todo lo nuevo.

⁴ Recién iniciado en las artes del Internet. (Corcobado, 2014)

CAPÍTULO II

2. MARCO CONCEPTUAL

Los veintiún países que tienen el español como lengua oficial, y otras informaciones como el poder político y económico de los países de lengua española, de la población hispanohablante de E.E.U.U., así como la presencia del español en la producción científica y técnica, en Internet o en publicaciones y otros productos culturales, ayudan a calibrar el peso de la lengua.
(Battaner & Álvarez de Miranda, 2018)

2.1. ANTECEDENTES HISTORICOS

La humanidad desde sus inicios ha buscado y encontrado la manera de comunicarse, desde pinturas rupestres en paredes de Cuevas hace miles de años (73.000 Aprox.) hasta la creación de “memes” en la era tecnológica actual.

Las creaciones de nuevas maneras de comunicarse, conjunto con las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (NTCI): Internet, chat, SMS, mensajerías instantáneas (Messenger, Whats App, Line, etc.) Ha hecho que cada día evolucione más la comunicación incorporando anglicismos, acrónimos, neologismos, uso de emojis y memes. (Bigolio, Dop, Guana, & Schiro, 2007)

Sobre el lenguaje tecnológico, Amparo Devís en *El español en la red: ¿Destrucción o reforma del lenguaje?* Menciona que... “En apenas 40 años, se ha divulgado enormemente

con el resultado que hoy todos conocemos: presencia de anglicismos de todo tipo, desde el calco al préstamo hasta llegar al híbrido ” (Devís, 2006).

[Los híbridos son]... voces derivadas a partir de las formas importadas, en los que el lexema pertenece a la lengua de donde se toma el préstamo y el morfema gramatical a la otra lengua. (Alvar Esquerra, 1995, pág. 17).

El uso de nuevas formas gramaticales ha tenido tal impacto, que los medios de comunicación hacen uso de ellos y aumentan así su propagación con los internautas.

En el apartado de *El papel de los medios de comunicación actuales en la sociedad contemporánea española* (Gutiérrez San Miguel, Rodríguez Fidalgo, & Del Camino Gallego, 2010) mencionan que: “Los medios de comunicación son contemplados, en la actualidad, como el primer poder dentro del mundo actual. Sin ellos, los acontecimientos que se vienen desarrollando, se podría decir, no existen.”

Esto quiere decir que en la actualidad los medios de comunicación tienen tal fuerza de poder que pueden promover una mentira como verdad, y un término nuevo como de uso cotidiano. Los usuarios creen, en primera instancia, lo que está siendo difundido sin consultar su veracidad en una fuente confiable lo que lleva a la disputa de si el contenido es actual, verídico y está correctamente redactado.

Es evidente que en la sociedad contemporánea los medios son importantes creadores y mediadores del conocimiento social. La comprensión de los diferentes modos en que los medios representan la realidad, de las técnicas que utilizan y de las ideologías que impregnan sus representaciones debería ser una exigencia para todos los ciudadanos actuales y futuros de una sociedad democrática. (Mansterman citado en Aparici, 1996, p.36)

Pero toda la sociedad no está impregnada de todos los neo modismos de la “era digital”. Por lo que causa incertidumbre en los pertenecientes a la *Generación X* y algunos de la *Generación Y* contra los que perteneces a la *Generación Z*.

Los cambios efectuados entre generaciones van mayormente de mano del marketing y el uso excesivo de dispositivos móviles inteligentes con la necesidad urgente a estar conectado a la red de Internet lo que hace la necesidad emergente de aprender los nuevos modismos de lenguaje. (El Comercio, 2014)

El lenguaje se transforma, cambia, muta, innova. Para algunos, involucre por culpa de la era digital, de las computadoras y teléfonos celulares. Para otros, es un proceso natural en el hombre, el de adaptar a sus necesidades y épocas, lo que lo rodea.
(Parrilla, 2008)

“La sociolingüística nos habla a este respecto de la acomodación, según la cual, fijándonos en los rasgos más sobresalientes del mensaje de nuestros interlocutores, acomodamos el propio.” (Sanchez Martínez, 2015). La presencia de anglicismos y otros modismos son presentes no sólo en la charla virtual cotidiana, sino también en publicidades e imágenes representativas de alguna noticia con el fin de atraer al público objetivo de manera refrescante e innovadora.

“El meme tiene relación con un discurso caracterizado de forma icónica a través de símbolos e imágenes con el propósito de difundir ideas, sentimientos y emociones de forma viralizada por la red. Particularmente expuestos de forma cómica, cargados de ironía y sátira en sus orígenes, guardando un gran parecido con la caricatura política debido al contenido y la capacidad de transmitir sentimientos potentes, ya sean tantos negativos como positivos hacia una idea o pensamiento, manteniendo el carácter de rebeldía de quién lo origina.” (Muñoz Villar, 2014)

2.2. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION

Generaciones (Silenciosa, Baby Boomers, X, Y Z)

Las generaciones no son más que las brechas de años en las que están clasificadas las sociedades en base a su edad con relación a la tecnología (era digital) y el mundo laboral. “Presentan características de personalidad similares y comparten creencias, valores y rasgos conductuales.” (Ancin A., 2018)

Siendo a principios de los años 1950 que se acuñó por primera vez el término Generación X por el periodista y fotógrafo Robert Capa. Este mencionó... “nombramos esta generación desconocida, la *Generación X*, y ni siquiera en nuestra primera aproximación nos dimos cuenta de que teníamos algo tan grande capaz de enfrentar a nuestros bolsillos y talentos.” (Positive Varilux, 2016).

Aunque aún en la actualidad no existe un límite fijo determinado para cada generación el Diario El Clarín de Argentina nos da un aproximado de intervalos de años de estas generaciones:

- **Generación Baby Boomers:** nacidos entre 1945 y 1964
- **Generación X:** nacidos entre 1964 y 1981
- **Generación Y o Millennials:** nacidos entre 1982 y 1994
- **Generación Z o Centennials:** nacidos a partir de 1995 y hasta el presente (El Clarín, 2017)

Mientras que un estudio realizado por el Estudio Global Nielsen sobre los Estilos de Vida Generacionales segmenta las generaciones en cinco etapas de vida:

- **Generación Silenciosa:** 65+ años
- **Generación Baby Boomers:** 50-60 años
- **Generación X:** 30-40 años
- **Generación Y o Millennials:** 21-34 años
- **Generación Z o Centennials:** 15-20 años (Global Nielsen, 2016)

Situándonos cronológicamente los miembros de la *Generación Silenciosa* son los padres de los *Baby Boomers* y abuelos de la *Generación X*, y esta (X) padres de los *Millennials* y posiblemente también de los *Generación Z*.

Características

Dependiendo de nuestra edad, es la importancia que le damos a ciertos aspectos básicos de nuestra vida.

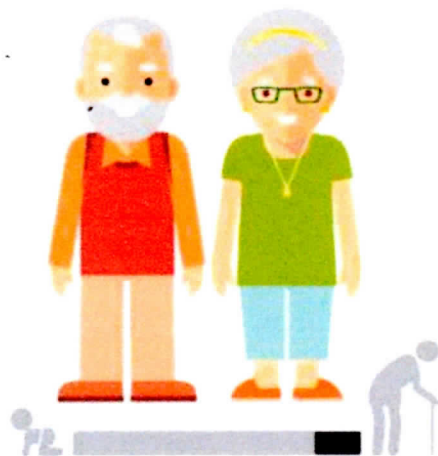
Las nuevas generaciones son también conocidas como *Generación Del Internet*, ya que literalmente tienen el uso y facilidad del Internet en la palma de sus manos gracias a los dispositivos móviles digitales.

Según (Sanchez, 2018), (Global Nielsen, 2016), (Dinero en Imagen, 2014), (Condusef, 2018) y (Sánchez Mateos, 2018)

Generación Silenciosa (65+ años)

Ilustración 2.2-1 - Generación Silenciosa

- Su desarrollo económico fue difícil debido a los tiempos de guerras y crisis económicas vividas.
- Entre sus principales aspiraciones y actividades están mantenerse en forma, saludable y dedicar tiempo a la lectura.
- La televisión es la principal fuente preferida de noticias.
- Su principal inspiración al momento de considerar un trabajo son la salud y la ciencia.
- Dedicar mayor parte de su tiempo para la familia.



65 y más años

Ilustración 2.2-1 - Generación Silenciosa (Condusef, 2018)

Generación Baby Boomers (50 - 60 años)

Ilustración 2.2-2 -Generación Baby Boomers

- Llamada así debido a que registró la mayor tasa de nacimiento.
- Presenciaron varios de los adelantos tecnológicos electrónicos, pero no siempre se mantienen actualizados sobre ellos.
- Su actividad favorita en tiempo libre es ver la televisión.
- El 74% se mantiene satisfecho con respecto a su ocupación actual.
- El 79% de esta generación navega en Internet.
- Un porcentaje de ellos (30%) utiliza alguna red social, visitando la red varias veces al día o una vez por día.
- En su infancia dedicaban a juegos deportivos al aire libre sin supervisión adulta.
- Sólo un 13% de los involucrados utilizan un teléfono móvil.
- Sólo un 36% de los involucrados tienen algún tipo de educación universitaria.

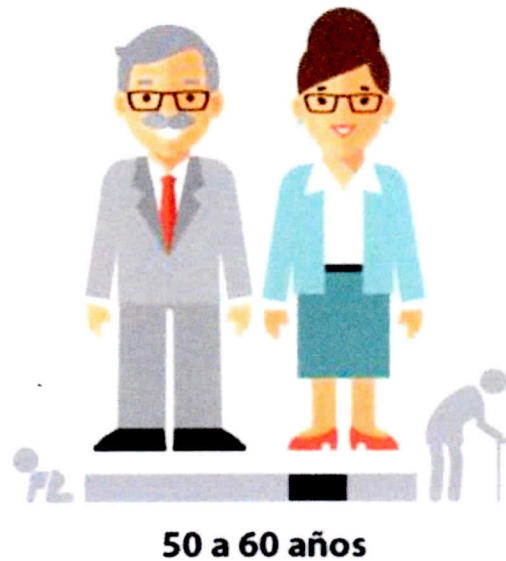


Ilustración 2.2-2 -Generación Baby Boomers (Condusef, 2018)

Generación X (30 - 40 años)

Ilustración 2.2-3 - Generación X

- Un 97% de los involucrados utilizan Internet.
- El 50% usa una red social, visitando la red varias veces al día o una vez por día.

- Sus aspiraciones van de tener tiempo para su familia, tener una carrera, hacer dinero y mantenerse saludable.
- Dedican su tiempo libre preferentemente a ver televisión y contactar a amigos y familiares.
- Al igual que la Generación Baby Boomers, en su infancia dedicaban a juegos deportivos al aire libre sin supervisión adulta.
- Las profesiones a las que más se inclinan son la Información y Tecnología.
- Sólo un 24% de los involucrados utilizan un teléfono móvil.
- Sólo un 49% de los involucrados tienen algún tipo de educación universitaria.

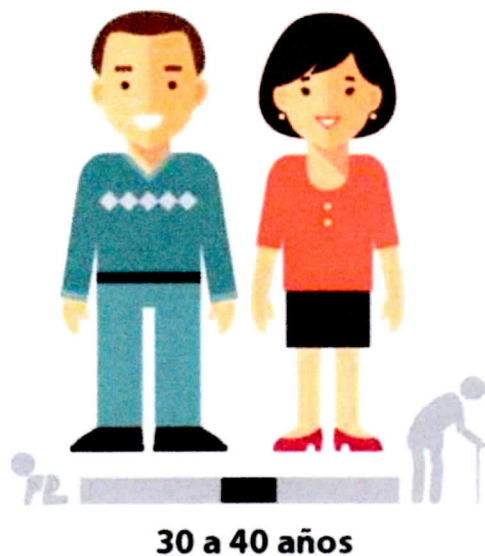


Ilustración 2.2-3 - Generación X (Condusef, 2018)

Generación Y o Millennials (20 - 30 años)

Ilustración 2.2-4 - Generación Y o Millennials

- La tecnología los acompaña en todo momento.
- Buscan un crecimiento profesional en la que puedan encontrar una posición económica cómoda y les permita vivir en grandes ciudades.
- Cuentan con la facilidad de obtener mucha información “en la palma de su mano”.
- Son consumidores de tecnología (en un 90%).
- El 75% de los involucrados utiliza una red social y la visitan varias veces al día.

- Son 6 veces más propensos a jugar videojuegos.
- Las profesiones a las que más se inclinan es a las Tecnologías de la información.
- Son más propensos a abandonar sus puestos de trabajos después de 2 años.
- Tienen más preferencia por los motores de búsqueda en los sitios webs a diferencia de otras generaciones.
- Al igual que la Generación X, dedican su tiempo libre preferentemente a ver televisión y contactar a amigos y familiares.
- Sólo un 41% de los involucrados utilizan un teléfono móvil.
- Sólo un 19% de los involucrados tienen algún tipo de educación universitaria.



Ilustración 2.2-4 - Generación Y o Millennials (Conducef, 2018)

Generación Z o Centennials: (15-20 años)

Ilustración 2.2-5 - Generación Z o Centennials

- Obtienen las respuestas de todo mediante aplicaciones o programas que resuelvan cosas específicas.
- Sus metas principales son tener dinero inmediato para comprar electrónicos y salir con amigos.
- Sus cuentas suelen ser pagadas por sus padres.
- Sus preocupaciones están resueltas mientras “pasen de nivel” como un videojuego.

- Buscan comodidad ordenando sus vidas en base a tutoriales “en línea”, y no suelen preocuparse por la estabilidad.
- Sus actividades en tiempo libre son escuchar música y leer como puntos importantes y principales.
- Se dedican a los campos de ciencias, tecnologías y matemáticas.
- No conciben el acceso a información sin estar conectados a Internet.
- Cuentan con su propio vocabulario.⁵
- Al igual que la Generación Y, son 6 veces más propensos a jugar videojuegos.



Ilustración 2.2-5 - Generación Z o Centennials (Condusef, 2018)

⁵ Neologismos, acrónimos, etc.

Principales fuentes de noticias

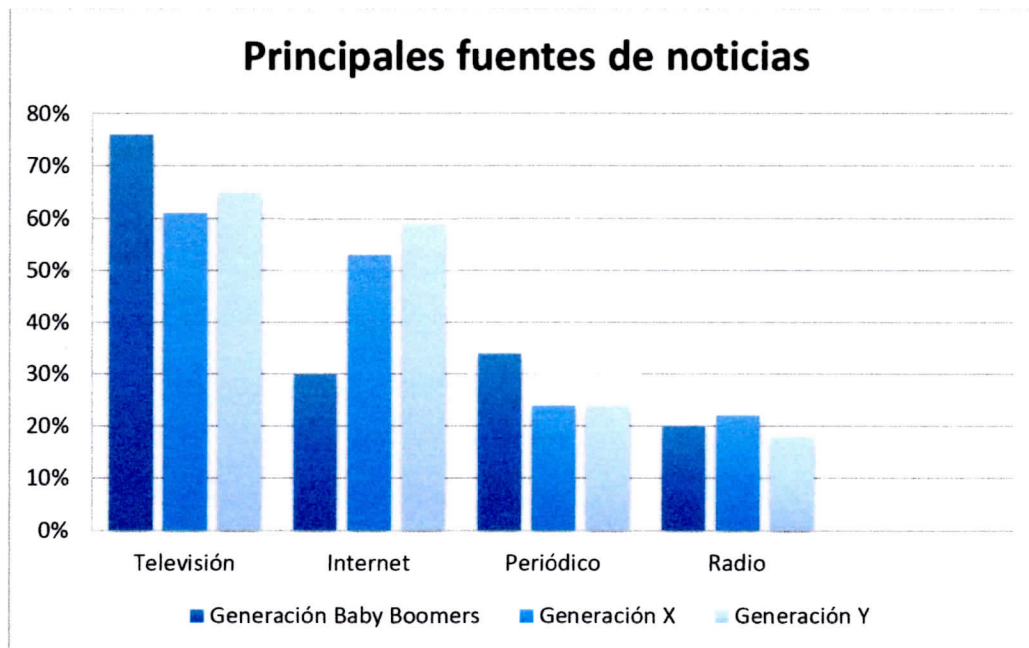


Tabla 1 - Principales fuentes de noticias (Dinero en Imagen, 2014)

Escritura Digital (Neologismos, anglicismos, acrónimos, emojis y memes)

“El desarrollo tecnológico está propiciando tales cataratas de información que cada vez resulta más problemático estar al día.” (Gutiérrez et al., 2010). No sólo en cuanto a tecnología sino también a escritura, las redes sociales hacen que esta sea cada vez más simple de escribir, pero más compleja de entender, creando nuevas palabras entendidas sólo por un público objetivo definido, generalmente *Generación Z*, y haciendo cada vez más grande la brecha entre las generaciones anteriores por lo que hace que la conversación sea difícil de entender.

Todo aquel que recién inicie o no haga mucho uso de las redes sociales, se encontrará cada vez con diálogos llenos de abreviaturas, términos desconocidos, neologismos de dudosa procedencia, ausencia de consonantes y/o vocales, y muchos más términos que aumentan cada día en la era actual.

(Writing in Digital Environments Research Center citado en Olaizola, 2017, p. 206) Asegura que “las redes de computadoras crean un nuevo tipo de espacio de escritura que cambia dramáticamente el proceso de composición, los productos y la dinámica retórica básica entre lectores y escritores.”

Para (De Mora, 2014) “el neologismo es un «mal» al que hay que sentar, como «reo de profanación de cosas santas», en el «banquillo» del severo tribunal académico”

Aunque hay quienes creen que el avance es un retroceso de la escritura, hay también quienes creen que es todo lo contrario, como las portuguesas Araújo y Silvia Melo, de la Universidad de Aveiro, que no descartan o aseguran que se trate de un mal uso del lenguaje...

“...sino de un uso deliberadamente informal, económico y creativo con el objetivo de hacer la comunicación más expresiva, más atractiva, más flexible, más lúdica e incluso más lúdica e incluso más elocuente; un uso deliberadamente coloquial, que captura algunos elementos de la oralidad y que se apropia de ellos en un proceso dinámico, creador y desafiante, revelador de una identidad efusiva que se expande en y por la comunicación.” (Araújo E Sá & Melo, 2003)

De la misma manera fue creado el emoji o emoticón, con la intención de “reforzar el diálogo de la conversación”. El emoji fue creado por el investigador de informática Scott Fahlman, de la Universidad Carnegie Mellon (Pensilvania - USA) en 1982, cuando “propuso que se añadiesen una secuencia de signos de puntuación en un foro interno de la universidad” con la intención de saber si una broma efectuada en la charla tenía que ser interpretada de forma literal o no. (Toledo Rojas, 2017)

Sin embargo, no fue hasta finales de los 90's que se crearon los emojis como los conocemos en la actualidad, Shigetaka Kurita fue la creadora de estas imágenes prediseñadas que “contaban con la ventaja de ser creados con un único carácter mediante el sistema” interno del dispositivo móvil inteligente.

Según datos del 2015 de la empresa Swyft Media, dedicada a la creación de teclados virtuales, “cada día se envían 6.000 millones de emojis.” Si bien, Eulalia Hernández Encuentra, profesora de la Universit Uberta de Catalunya menciona que “el uso de emojis no empobrecen el diálogo, sino que permite aportar información emocional” a este, se debe tener en cuenta la región en donde uno se encuentra ya que el significado de los emojis puede variar mediante el uso que se le da en esta, por ejemplo el uso del emoji de la cámara (📷) en regiones como Barcelona – España suele ser usado como protesta debido al excesivo uso de las cámaras por parte de los turistas que llegan a la zona. (Rodríguez, 2017)

Por otro lado, se encuentran también el uso de acrónimos que abundan en las redes sociales acompañados de un hashtag (#) para darle mayor relevancia, muchos de estos creados por la Generación Z tales como: “bae (acrónimo de la expresión en inglés before anyone else para referirse a alguien a quien tienes cariño), crush (palabra para describir cuando tienes un flechazo), salseo (el cotilleo puro y duro de toda la vida, pero de YouTube), stalkear (espíar a través de las redes sociales la vida de una persona).” (Sánchez Mateos, 2018)

Los jóvenes son los que mejor se han adaptado a todo el uso tecnológico ya que ellos van creciendo de la mano con este, el contando con la telefonía móvil, computadores y la red espacial llamada Internet surge de manera natural que es casi imposible deshacerse del hábito de estar “conectados”, su destreza no puede compararse con alguien de una Generación anterior, que, si bien ellos han presenciado su creación y evolución, aun les cuesta trabajo adaptarse.

(Yus, 2001) Menciona que “la ortografía no es el fuerte de los más jóvenes y, si utilizan de forma sistemática el chay y el texto de móvil para comunicarse y escribir, la abundancia de abreviaturas les perjudicará más. Esta influencia negativa es ampliable a las tecnologías informáticas en general, que normalmente realizan automáticamente tareas de corrección gramatical e incluso de estilo que pueden llevar a una relajación en el control ortográfico del usuario”

A esto se le suma el uso de memes los cuales son representación graficas usadas para la sátira o burla de algún asunto, personaje o situación, convirtiéndose de manera viral en las plataformas. El concepto de “meme” surgió como algo serio, en 1976, derivado del libro *The Selfish Gene* de Richard Dawkins, quien expuso la hipótesis memética de la transmisión cultural. (Maraboto, 2015).

Dawkins se refería a una idea, comportamiento o concepto transmitido de una persona a otra. Hoy en día el Internet se ha hecho dueño de este término, variando su conceptualización y al mismo tiempo “creando una cultura de humor visual” (El Comercio, 2014). Los memes, al igual que la mayoría del contenido encontrado en redes sociales, son creados por los propios usuarios, adaptándolos a su cultura, vivencias y entorno buscando ridiculizar una situación o personaje e identificándose con los demás por lo que se vuelve un concepto universal para la comunidad.

Sin embargo, no todos los memes sobreviven al universo informático, ya que la información se actualiza con cada segundo que pase y por esta razón la Universidad de Memphis ha diseñado un software capaz de pronosticar si una imagen tiene potencial o no. Los memes más cortos, con mayor identificación personal son los que tienen mayor probabilidad de sobresalir en el mercado digital. (Pelayo Álvarez, 2016)

El uso de las palabras en otro idioma (neologismo o anglicismos), la suplantación de estas por el uso los emojis, memes o gifs, o su cambio por acrónimos y el uso excesivo de gráficos va en aumento en la comunicación escrita, debido a que es más “fácil” y rápido teclear un emoji que el contenido total de la oración.

Yo apuesto por un periodismo cada vez más COLABORATIVO: medios grandes y pequeños, globales y locales, generalistas o especializados estamos condenados a entendernos para que cada uno haga lo que mejor sabe y se complemente con los demás. Será obviamente más MULTIMEDIA, porque la cultura de las nuevas generaciones es muy visual y requiere vídeo, foto, audio, visualización de datos, infografías y recursos gráficos, que además sean MÓVILES. Pero la gran revolución es poner el FOCO EN

LOS LECTORES. Son los nuevos amos, y ya hay que ir a buscarles uno a uno para seducirles con lo único que no cambia: buenas historias, bien contadas, con rigor e independencia. (Domínguez citada en toyoutome, s.f)

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

El presente proyecto investigativo se encuentra realizado en base a la recopilación de datos bibliográficos, linkograficos y artículos de revistas con datos y fuentes verídicas destacadas de diversas fuentes de manera general basadas en la propuesta de valor de este tema de investigación. Por lo que se la define como una investigación exploratoria – descriptiva.

3.1. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Según su objetivo

- Exploratoria:** Se ha realizado un análisis sobre investigaciones anteriores acerca de la problemática ya planteada y se ha encontrado en una primera instancia que no hay estudios actualizados y detallados a profundidad sobre el uso de las neo terminologías y como estas infieren en la sociedad, ya sea positiva o negativamente, dentro de la “era digital”.
- Descriptiva:** El objetivo de este tipo de investigación es poder describir de manera crítica la opinión de los diferentes autores citados con respecto a la problemática y como los resultados de estas se ven reflejada en la sociedad actual.
- Explicativa:** Este tipo de investigación se ha seleccionado con el propósito de determinar las causas que conllevan a que la problemática se relacione a través de las décadas y como ha sido su constante evolución en el auge del Internet, analizando la información de fuentes primarias y secundarias a fines al caso de investigación.

3.2.FUENTES DE INFORMACIÓN

Fuentes primarias

Mediante la recolección de datos informativos de interpretaciones intelectuales encontradas en libros, revistas, informes documentales, actas conferenciales, entre otros. Tales como Signo y Pensamiento, Informes del Instituto Nielsen Global, Scrittura e conflitto: Atti del XXII Convegno Aispi, II congreso Internacional de la lengua española, Discursos de ingreso en la Real Academia Española, etc.

Fuentes secundarias

Mediante la recolección de datos informativos sintetizados mediante repositorios, informes académicos, proyectos de tesis doctorales, artículos, entre otros. Tales como: Cuadernos del Centro de estudio de Diseño y Comunicación de la universidad de Palermo, artículos de Forbes México, Diario El Comercio, Diario El País, entre otros.

CAPÍTULO IV

4. DESARROLLO DEL TEMA

En la investigación realizada en el presente proyecto se demuestra las diferentes opiniones acerca la evolución de la escritura a lo largo de las generaciones hasta llegar a la actualidad, conocida como era digital. La influencia de esta en el mercado y la vida cotidiana de los individuos ha logrado que la información sea cada vez más rápida de llegar, más fácil de acceder, pero un poco complicada de entender y estar al día con las novedades debido a que la excesiva cantidad de información plagada de nuevos términos hace que el consumidor sufra un colapso de infoxicación y abandone su búsqueda de noticias.

EVOLUCIÓN DEL LENGUAJE

La humanidad ha buscado siempre la manera de comunicarse y ha dejado plasmado a lo largo de la historia sus diferentes formas de hacerlo, desde pinturas rupestres, gráficos y signos hasta los diferentes alfabetos en distintas lenguas. Buscando todo medio el hacerse entender con los demás, o buscar a codificar un texto con solo un selecto grupo (neologismos, acrónimos, seriales o combinaciones binarias, etc.).

En plena “era digital” esta evolución va de manera acelerada con cada día que pasa debido al uso excesivo de Internet, creando cada vez más, nuevas y diversas maneras de comunicación. Internet recoge todo tipo de información sin que exista alguna ley, formula o ente que lo regule, lo que hace que el mundo se llene de información que puede ser “fake” o verídica, pero ante esto las nuevas generaciones parecen no tener importancia, ya que mientras sea divertido y/o innovador todo puede ser aceptado y popularizado.

Una característica más sobresaliente en la humanidad es su constante evolución y/o adaptación hacia los nuevos cambios dentro del mundo, provocados voluntariamente o involuntariamente. Según (Araújo E Sá & Melo, 2003) la capacidad de inventar y reinventar el lenguaje, sin grandes complicaciones es la característica más cotidiana en la sociedad y

junto a esto sumando al creciente desarrollo tecnológico, con la facilidad de obtener dispositivos móviles inteligentes, el Internet mediante base de datos o Wi-Fi hace que su expansión sea más y más grande ya que funciona como el vehículo más eficaz para su propagación.

El hombre tiene la intuición natural de buscar siempre más allá de sus límites, adapta el sistema a su necesidad, crea y modifica. El lenguaje le pertenece y lo cambia en base a la necesidad inminente de hacerse entender.

Aunque los estudios se refieran solo a estudios dentro del ámbito digital, se han notado cambios en la comunicación oral de los Centennials, incorporando los términos a sus diálogos habituales sin importar si la persona que recibe el mensaje entiende o no lo que está expresando.

La forma constante de las alteraciones del lenguaje implica que los medios de comunicación también se adapten a ellas y las conviertan de uso cotidiano por lo que crea la necesidad de que todas las generaciones se adapten a favor de su uso.

Pero esto no quiere decir que el lenguaje como es conocido hasta ahora vaya muriendo, al contrario de lo que se puede llegar a pensar, va creciendo y evolucionando junto a la creatividad que lo rodea. (Parrilla, 2008)

La lengua española es quien más evoluciona con el uso de las NTIC⁶, adaptando e incorporando las nuevas palabras a su léxico ya existente, e incluso en el tiempo de realización de este proyecto se presentaron casos frente a la RAE⁷ con temas de lenguaje inclusivo, sin embargo, la Academia aún no da respuestas decisivas sobre este tema.

Es indiscutible como el cambio lingüístico va marcado por las generaciones, y es más indiscutible aún cómo ha ido cambiando en lo poco que se va desarrollando esta nueva generación y la gran marca que va dejando a su paso, la brecha que va creciendo entre las generaciones y la mezcla o adaptación de culturas hace inquietante como va a resultar las nuevas generaciones y los efectos que va a traer con ella. Solo queda decir que se vive y seguirá viviendo con la evolución tecnológica y lingüística más grande e increíble de lo que va en los últimos tiempos.

⁶ Nuevas tecnologías de Información y Comunicación.

⁷ Real Academia Española.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES

En el transcurso de realización del proyecto se pudo notar que no existen estudios a profundidad y sobre todo recientes sobre la problemática del actual uso de neologismos, memes, emojis, etc., lo que conlleva a que la mayoría de fuentes encontradas se basen en los mismos autores, debido a esto es recomendable enfocarse a desarrollar más información sobre la situación.

No existen estudios investigativos que identifiquen con certeza si los avances lingüísticos afectan o enriquecen el estilo de vida de la sociedad, tanto estudiantil como laboral. Tampoco existe un estudio sobre la medición de la aceptación o rechazo que tiene la sociedad en base a sus generaciones sobre todos estos avances.

La necesidad de las empresas públicas o privadas, de poca o gran magnitud, por sobresalir hace que se impongan seguir estas modas de crear contenido que se vuelva viral y de uso cotidiano. Tal como lo es Unicode, que tiene avalados 1.800 emojis y va en aumento. (Rodríguez, 2017)

Se necesitan mecanismos de comunicación que ayuden al internauta a su uso correcto y significado dependiendo de la región en que se encuentra para así evitar malentendidos.

El uso excesivo del Internet y las redes sociales ha hecho que el medio informático circule todo tipo de información que provoca una sobrecarga de esta y resulta complicado comprobar la veracidad de algún suceso ya que se convierten en “virales”.

TRABAJOS CITADOS

- Alvar Esquerra, M. (1995). *La formación de palabras en español*. Madrid: Arco/libros.
- Ancin A., I. (abril de 2018). *Relación de las características de las generaciones "x" y "y" con las decisiones de selección de personal y su desarrollo laboral*. Obtenido de Revista Caribeña de Ciencias Sociales : <https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/04/generacionesxy-desarrollo-laboral.html>
- Auraújo E Sá, M. H., & Melo, S. (2003). Del caos a la creatividad: los chats entre lingüistas y didactas. En e. Covadonga López Alonso y Arlette Séré, *Estudios de Lingüística del Español (ELiEs)*. Lisboa.
- Battaner, P., & Álvarez de Miranda, P. (2018). Diferentes políticas ante la variación contemporánea del español. *El patrimonio lingüístico europeo*. Florencia.
- Bermejo, D. (2 de noviembre de 2017). *'Millennials', de la A a la Z: diccionario básico para entender a los 'youtubers'*. Obtenido de El Mundo: <http://www.elmundo.es/f5/comparte/2017/11/02/59f8767dca47413f3a8b4664.html>
- Bigolio, M., Dop, M., Guana, M., & Schiro, M. (julio de 2007). *Tecnologías y prácticas en el lenguaje de los jóvenes de Monte Caseros*. Obtenido de https://perio.unlp.edu.ar/seminario/Jornada_MC/centro.htm
- Condusef. (2018). *Revista Proteja su dinero*. Obtenido de Gobierno de Mexico: <https://www.condusef.gob.mx/Revista/index.php/usuario-inteligente/educacion-financiera/694-finanzas-y-generaciones>
- Corcobado, M. (20 de marzo de 2014). *Diccionario ilustrado español-social media, social media-español*. Obtenido de toyoutome blog: <http://toyoutome.es/blog/diccionario-ilustrado-espanol-social-media-social-media-espanol/27528>
- De Mora, J. (2014). El Neologismo. En R. A. Española, *Discursos de ingreso en la Real Academia Española*. Madrid: Real Academia Española.
- Devís, A. (mayo de 2006). El español en la red: ¿Destrucción o reforma del lenguaje? *Scrittura e conflitto: Atti del XXII Convegno Aispi, 2*, 71-88. (A. Associazione Ispanisti Italiani, & I. C., Edits.) Catania, Italia.

- Díaz, J. (18 de enero de 2018). *Diccionario millennial: 17 palabras que te permitirán entender a los jóvenes*. Obtenido de Yasss: https://www.yasss.es/in-cultura/palabras-millennial-que-es-crush-bae_0_2500050997.html
- Dinero en Imagen. (16 de abril de 2014). *La diferencia entre los millennials, sus papás y sus abuelos*. Obtenido de Dinero en Imagen: <https://m.dineroenimagen.com/2014-04-16/35878>
- El Clarín. (7 de julio de 2017). Baby Boomers, Generación X, Millennials y Centennials, ¿a qué generación perteneces? *Entre Mujeres*. Argentina. Obtenido de https://www.clarin.com/entremujeres/carrera-y-dinero/baby-boomers-generacion-millennials-centennials-generacion-perteneces_0_ByLaxzpEW.html
- El Comercio. (4 de febrero de 2014). *Memes, humor hecho imagen para la Web*. Obtenido de El Comercio : <https://www.elcomercio.com/tendencias/entretenimiento/memes-humor-hecho-imagen-web.html>
- Global Nielsen. (2016). *Actitudes Generacionales*. Obtenido de Nielsen Global: <https://www.nielsen.com/ar/es/insights/news/2016/Estilos-de-vida-de-las-generaciones-globales-cuanto-influye-la-edad-en-nuestro-comportamiento.html>
- Gutiérrez et al. (2010). El papel de los medios de comunicación actuales en la sociedad contemporánea española. *Signo y Pensamiento*, XXIX(57), 268-285.
- Gutiérrez San Miguel, B., Rodríguez Fidalgo, M. I., & Del Camino Gallego, M. (2010). El papel de los medios de comunicación actuales en la sociedad contemporánea española. *Signo y Pensamiento*, XXIX(57), 268-285. Obtenido de <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/2521>
- Lema, K. (26 de enero de 2018). *'Bae' y otros 12 términos para entender a los más 'millennials' y la Generación Z*. Obtenido de El País: https://elpais.com/elpais/2018/01/26/tendenciosas/1516966381_733019.html
- Lorente, P. (18 de julio de 2017). *El poder de los emojis en la comunicación digital*. Obtenido de Insights Marketing: <https://pacolorente.es/poder-los-emojis-la-comunicacion-digital/>
- Mansterman, L. (1985). *Teaching the Media*. Londres: Comedia.

- Maraboto, M. (2 de septiembre de 2015). *Comunicación propositiva con los memes*. Obtenido de Forbes México: <https://www.forbes.com.mx/comunicacion-propositiva-con-los-memes/>
- Muñoz Villar, C. (2014). *El meme como evolución de los medios de expresión social*. Obtenido de Repositorio Académico de la Universidad de Chile: <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/129749>
- Olaizola, A. (Julio de 2017). *Alfabetización académica en entornos digitales*. Obtenido de Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación N° 63: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/626_libro.pdf
- Parrilla, E. (1 de Marzo de 2008). Aleraciones del lenguaje en la era digital. *Comunicar*, *XV*(30), 130-136.
- Pelayo Álvarez. (enero de 2016). *El éxito de los memes, explicado por la ciencia*. Obtenido de El Mundo: <http://www.elmundo.es/f5/2016/01/04/56826682268e3e502d8b460b.html>
- Positive Varilux. (2016). *Generacion X, ¿Cómo reconocerla?* Obtenido de Positive Varilux: <https://positive.varilux.es/bienestar/generacion-x/>
- Real Academia Española. (6 de octubre de 2018). *Diccionario de americanismos*. Obtenido de Asociación de Academias de la Lengua Española: <http://lema.rae.es/damer/?key>
- Rodríguez, J. (Marzo de 2017). *Emojis, ¿el nuevo lenguaje emocional?* Obtenido de MG Magazine: <http://www.magazinedigital.com/historias/reportajes/emojis-nuevo-lenguaje-emocional>
- Sanchez Martínez, S. (2015). La escritura de los jóvenes en los chats en el siglo XXI. *Didáctica. Lengua y literatura*, *27*, 183-196. Obtenido de <https://revistas.ucm.es/index.php/DIDA/article/viewFile/51298/47601>
- Sánchez Mateos, A. (julio de 2018). *10 datos sobre la Generación Z*. Obtenido de La Vanguardia: <https://www.lavanguardia.com/vivo/20180715/45818419326/diabilidades-juventud-generacion-z.html>
- Sanchez, E. (2018). Estrategias de E-Commerce para diferentes generaciones. *Merca2.0*.
- Toledo Rojas, V. (2017). *Los emojis y el fenómeno de la multisignificación*. Tlaquepaque, Jalisco: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.

toyoutome. (s.f). *Los medios en 2020: Así serán la prensa, la radio y la televisión*. Obtenido de Prisa:
http://boletines.prisadigital.com/InformeTYTM_Los%20medios%20en%202020.pdf

Writing in Digital Environments Research Center. (2005).

Yus, F. (2001). *Ciberpragmática: entre la compensación y el desconcierto. II Congreso Internacional de la Lengua Española*. Barcelona: Centro Virtual Cervantes.

ANEXOS

GLOSARIO

Para el presente glosario se ha recolectado la información textualmente de importantes medios de comunicación, tales como Diario El País y Diario El Mundo, etc., para facilitar la comprensión de los términos utilizados por las generaciones modernas (Y y Z).

“El «Diccionario de americanismos» constituye un repertorio léxico que pretende recoger todas las palabras propias del español de América. Contiene 70 000 voces, lexemas complejos, frases y locuciones y un total de 120 000 acepciones.” (Real Academia Española, 2018). Encontradas en el siguiente Link: <https://t.co/6ElulPJ2Su>

- **AFK:** *Del inglés away from the keyboard (lejos del teclado). Se utiliza para informar desconexión de cualquier dispositivo con Internet.*
- **Ahre:** *Vocablo de origen argentino utilizado para remarcar que lo que se acaba de decir es broma. Nace de la unión de "Ah", interjección que denota sorpresa y "re", prefijo utilizado para la intensificación.*
- **ASAP:** *Del inglés As Soon As Possible (lo antes posible).*
- **Bae:** *Utilizado, a veces, como simplificación de baby (cariño) y otras como acrónimo de before anyone else (antes que cualquier otro), utilizado para señalar la importancia de alguien.*
- **Blessed:** *Es un estado de ánimo provocado por algo que te emociona particularmente y por el que te sientes bendecido.*
- **Bug:** *Expresión que hace referencia a un error de software o a un fallo en un programa.*

- **Canon:** Utilizado para unir el nombre de dos personajes con una relación en la ficción. Normalmente estos van unidos por una "x". Un canon de Juego de Tronos podría ser Jaime Cersei.
- **Carpeta:** Es el máximo exponente del shippeo, se trata de la pareja que has decidido unir porque te apetece.
- **Crush:** Término que procede de la expresión inglesa have a crush on (estar enamorado). Tener un "crush" significa enamorarse o tener un flechazo con algo o con alguien.
- **Dab:** Gesto de celebración de los millennials por excelencia.
- **DIY:** Acrónimo de do it yourself (hazlo tú mismo), se emplea para designar las soluciones que podemos aplicar a un problema. Un claro ejemplo de DIY son los tutoriales.
- **Fake:** Algo falso
- **Fan Page:** Página de Fans, paginas o perfiles creados por las propias marcas en las redes sociales.
- **Fanfic o fanfiction:** Unión de los vocablos ingleses fan y fiction. Los fanfiction son relatos creados por fans a raíz de textos originales, en los que se reinterpreta la historia o se busca un nuevo desenlace.
- **Fap:** Onomatopeya del sonido que se produce durante masturbación, algunos youtubers lo usan como sinónimo de fav, abreviatura de favorito, para pedir a sus seguidores que marquen algún contenido como preferente.

- **Flamer:** *Persona que se dedica a insultar y crear polémica con el objetivo de incendiar una conversación.*
- **Follower:** *Usuario que sigue a otro en redes sociales.*
- **Fomo:** *Siglas de "fear of missing out", algo así como miedo a perderse algo. Una clara referencia a ese deseo continuo de saber qué están haciendo los demás.*
- **FYI:** *Del inglés For Your Information (para su información).*
- **Gameplay:** *Videos en los que se observa una partida subida por un jugador. De este término derivan otros como gameplayers y gamers. Estos últimos son los jugadores de partidas que luego se suben a esta red social.*
- **Geek:** *Persona enormemente fascinada con la tecnología.*
- **GG:** *Son las siglas de "good game" (buena partida). Se suele utilizar antes de iniciar partidas en juegos online.*
- **Goal:** *Un mérito que has conseguido en la vida.*
- **Hangry:** *Término que nace de la unión de las dos palabras inglesas "hungry" (hambriento) y "angry" (enfadado). Sirve para expresar el estado de ánimo que se produce cuando uno tiene hambre y eso le enoja.*
- **Hashtag:** *Tema del momento en redes sociales precedida del signo numeral (#).*
- **Hater:** *Usuario que critica destructivamente a alguien o algo por causas poco racionales o por el mero acto de difamar.*

- **Hype:** Estrategia publicitaria que consiste en generar expectativas para dar emoción a algo, independientemente de que las merezca o no.
- **Infoxicación:** Efecto que produce la sobrecarga de información o datos continua que sufre un individuo cuando entra en el mundo digital.
- **Kainofobia:** Miedo a todo lo nuevo.
- **Kawaii:** Palabra japonesa que significa lindo o tierno. Dos de sus derivaciones más conocidas son ero kawaii (erótico y tierno a la vez) o kino kawaii (raro y bonito a la vez).
- **LOL:** Acrónimo de procedencia anglosajona que significa "Laughing out loud", "Laugh out loud" o también "Lots of laughs", que traducido al español significa reírse en voz alta o reírse a carcajadas. De aquí se deriva **LMAO**, del inglés "laughing my ass off", es decir, partirse el culo de risa.
- **Mamutear:** Se trata de una técnica gamer que tiene como objetivo subir de nivel. Consiste en dejarse matar por otro jugador a cambio de que después sea él quien se deje matar a su vez.
- **Meme:** Nombre que recibe cualquier fenómeno que se haga popular en Internet.
- **MMO:** Son las siglas de "massive multiplayer online". Una etiqueta para los juegos online multijugador con los que puedes interactuar con miles de personas al mismo tiempo. Suele ir acompañada del tipo de juego al que hace referencia.

- **MMORPG:** Siglas de "massive multiplayer online role-playing game". Juegos que se caracterizan por la creación y personalización de un personaje, así como de sus funciones.
- **Moar:** Vocablo creado a partir de la unión de las palabras inglesas "more" (más) y "roar" (rugido). Su traducción al español podría ser "pedir a gritos". En YouTube se suele emplear como sinónimo del conocido "¡otra, otra!" que utilizamos en los conciertos.
- **MOBA:** Acrónimo de "multiplayer online battle arena". Juegos en los que distintos jugadores despliegan personajes con características únicas para enfrentarse por equipos en un mapa cerrado.
- **Mod:** En el argot gamer se utiliza para referirse a las modificaciones realizadas en un juego alterando los paisajes, los personajes, la personalidad de estos y todo lo susceptible de ser personalizado.
- **MOOC:** Acrónimo de Massive Open Online Course (cursos en línea masivos y abiertos).
- **Nerd:** De uso despectivo para las personas apasionadas por los dispositivos, tecnología y ciencia ficción.
- **Netiqueta:** Protocolo social de reglas de comportamiento básicas que el usuario debe de tener ante los demás en Internet.
- **Newbie:** Recién iniciado en las artes del Internet.
- **Nomophobia:** Pánico que sufre una persona al darse cuenta de que no lleva consigo su teléfono celular.

- **NTR:** *No te rayes*
- **OTP:** *Siglas que hacen referencia a la expresión inglesa "one true pairing" (tu pareja ideal). Se suele utilizar para argumentar el porqué de un canon o un shippeo.*
- **Outfit:** *Vestimenta*
- **Partner:** *Es el sistema que utiliza Youtube para monetizar el contenido elaborado por los youtubers. Utiliza un algoritmo que determina los ingresos por visita de cada vídeo, que se traducen en ingresos mensuales para los creadores de contenidos en esta plataforma.*
- **Potterhead:** *Fanático de Harry Potter.*
- **Random:** *Aleatorio*
- **Rbf:** *Siglas de "resting bitch face" (cara de perra o cara de mujer odiosa). Es la expresión facial que algunas mujeres utilizan para expresar desinterés o desprecio sobre algo o alguien.*
- **Roast:** *Expresión informal inglesa que significa "burlarse". Hacer un roast en YouTube consiste en elaborar un vídeo repasando algunos de los comentarios insultantes que te realizan tus haters.*
- **Rolear:** *Interpretar un personaje en un juego.*
- **Salseo:** *Término utilizado en YouTube para referirse a los cotilleos y polémicas entre los youtubers. Es algo así como la prensa rosa de YouTube.*
- **Selfie:** *Acto de tomar una foto personal en cualquier lugar y momento.*

- **Sempai:** Del japonés "guía" o "compañero de antes". Lo utilizan los gamers para denominar a los jugadores con mayor experiencia que ayudan a los más novatos.
- **Setup:** En YouTube es el video de presentación youtuber y donde enseña absolutamente todo lo que hace durante el día.
- **Shipping:** Tiene su origen en el verbo anglosajón "to ship" que, aplicado a las parejas, vendría a hacer referencia a su afinidad. "Shippear" es, pues, el acto de unir a dos personas que, sin que posean ningún vínculo real, creas deberían estar juntas bajo un mismo nombre. Por ejemplo "Jonerys" sería un shippeo de Juego de Tronos.
- **Skin:** Parecido a mod, pero, en este caso, sin suponer una modificación del juego, sino sólo en la forma en que el gamer aprecia un personaje, las armas que porta o un paisaje, sin que exista una modificación real.
- **Slut shamming:** Término utilizado para avergonzar a otra persona por alguna conducta sexual reprobable. Algunas feministas también lo utilizan para referirse al acoso o a la violencia de género.
- **Smartphone:** Teléfono móvil inteligente.
- **Stalkear:** Se trata de seguir la vida en redes sociales e Internet de alguien.
- **Swag:** Palabra que se emplea para indicar que alguien tiene estilo al vestir.
- **TBT:** Throwback Thursday (jueves de antaño)

- **Timeline:** *También conocido como tablón o muro, define el historial de publicaciones y comentarios, tantos propios como ajenos, de un perfil determinado en una red social.*
- **TLDR:** *Resumen*
- **Trending Topic (TT):** *Palabras que definen los temas más populares de Twitter.*
- **Trol:** *persona que publica mensajes provocadores, irrelevantes o fuera de contexto en una comunidad online.*
- **Viral:** *Todo tipo de contenido que se ha convertido popular entre los usuarios de Internet.*
- **Vlog:** *Dícese del blog de carácter audiovisual cuyas entradas se realizan únicamente por video.*
- **xD:** *risas*
- **Yass:** *Una forma absurda de prolongar el "yes".*
- **YOLO:** *Siglas inglesas que significan "you only live once" (sólo se vive una vez).*

(Lema, 2018) (Díaz, 2018) (Bermejo, 2017)

Urkund Analysis Result

Analysed Document: ANÁLISIS DEL USO DE NEOLOGISMOS, ACRÓNIMOS, MEMES Y EMOJIS EN LA ERA DIGITAL..docx (D42643771)
Submitted: 10/16/2018 10:50:00 PM
Submitted By: eandrades@unemi.edu.ec
Significance: 0 %

Sources included in the report:

Instances where selected sources appear:

0



REGISTRO DE ACOMPAÑAMIENTOS

Inicio: 10-07-2018 Fin 15-01-2019

FACULTAD CIENCIAS SOCIALES

CARRERA: DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICIDAD

Línea de investigación: MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y SOCIEDAD

TEMA: ANÁLISIS DEL USO DE NEOLOGISMOS, ACRÓNIMOS, MEMES Y EMOJIS EN LA ERA DIGITAL.

ACOMPAÑANTE: ANDRADE SANCHEZ EDISON DAVID

DATOS DEL ESTUDIANTE			
N°	APELLIDOS Y NOMBRES	CÉDULA	CARRERA
1	BAQUE FAJARDO IVONNE ALEXANDRA	0953853587	DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICIDAD

N°	FECHA	HORA		N° HORAS	DETALLE
1	2018-13-08	Inicio: 14:00 p.m.	Fin: 16:00 p.m.	2	PREPARACIÓN DE TEMAS Y MÉTODOS A UTILIZAR
2	2018-07-08	Inicio: 10:25 a.m.	Fin: 12:25 p.m.	2	CONSULTAS DE PROCESOS DE TITULACIÓN
3	2018-09-08	Inicio: 11:26 a.m.	Fin: 13:26 p.m.	2	ESTRUCTURA DE TRABAJO DE COMPLEXIVO "TEMA"
4	2018-15-08	Inicio: 15:30 p.m.	Fin: 17:30 p.m.	2	4TO. ACOMPAÑAMIENTO
5	2018-21-08	Inicio: 14:00 p.m.	Fin: 16:00 p.m.	2	5TO. ACOMPAÑAMIENTO
6	2018-11-09	Inicio: 14:00 p.m.	Fin: 16:00 p.m.	2	6TO. ACOMPAÑAMIENTO
7	2018-04-10	Inicio: 14:00 p.m.	Fin: 16:00 p.m.	2	7MO. ACOMPAÑAMIENTO
8	2018-10-10	Inicio: 14:37 p.m.	Fin: 16:37 p.m.	2	8VO. ACOMPAÑAMIENTO
9	2018-15-10	Inicio: 11:00 a.m.	Fin: 13:00 p.m.	2	9NO. ACOMPAÑAMIENTO
10	2018-16-10	Inicio: 15:00 p.m.	Fin: 17:00 p.m.	2	10MO. ACOMPAÑAMIENTO


 ANDRADE SANCHEZ EDISON DAVID
 PROFESOR(A)


 CORNEJO MAYORGA ANA DEL ROCIO
 DIRECTOR(A)


 BAQUE FAJARDO IVONNE ALEXANDRA
 ESTUDIANTE

Dirección: Cda. Universitaria Km. 1 1/2 vía km. 26
Conmutador: (04) 2715081 - 2715079 Ext. 3107
Telefax: (04) 2715187
Milagro • Guayas • Ecuador

VISIÓN
 Ser una universidad de docencia e investigación.

MISIÓN
 La UNEMI forma profesionales competentes con actitud proactiva y valores éticos, desarrolla investigación relevante y oferta servicios que demanda el sector externo, contribuyendo al desarrollo de la sociedad.

