

La comunicación dactilar. Estudio sobre las características comunicativas de los mensajes de dos vías en la telefonía celular.

Alejandro Espinosa

INTRODUCCIÓN

A pesar de que la telefonía fue concebida para el sonido, la tecnología celular de hoy es capaz de brindar otro tipo de servicios, como datos o mensajes escritos (*SMS*), envío de fax, audio, video e imágenes (*PMS*) y conexión móvil a Internet. Es decir, el dispositivo se ha vuelto multifuncional, algunos los conciben como dispositivos inteligentes.

Este trabajo se enfoca, principalmente, en el estudio del emisor (mejor llamado destinador), vinculando las intenciones comunicativas con la situación concreta en que se realiza dicha acción, esto se hará a través del cruce teórico de la pragmática lingüística con la teoría de la acción comunicativa y por último, la escuela de Palo Alto.

Este cruce teórico confluye en un estudio comunicativo, en donde se privilegia la interacción como comunicación interpersonal, con un particular enfoque pragmático. Al comenzar este proyecto se encontraron similitudes con los estudios mencionados, de manera que la documentación permitió referirnos a estas tres líneas de pensamiento que en algún momento convergieron y ayudaron a los otros.

Se destaca el punto de partida, destinador, ya que estas tres corrientes lo privilegian como el sujeto activo que inicia un acto comunicativo, tomando en cuenta su lugar y relación con el mundo así como con los demás sujetos participantes, de tal modo que este actor recurrirá a una evaluación de sus recursos pensando en sus intenciones y su finalidad que, evidentemente, es que su intención sea exitosa.

1. Características del servicio de mensajes cortos (*SMS*)

Lo primero será una breve descripción del servicio de mensajes cortos ya que poseen una serie de características según lo definido dentro del estándar de telefonía móvil digital GSM:

- Un mensaje corto puede tener una longitud de hasta 160 caracteres. Estos pueden ser letras, números, símbolos o una combinación de ellos. Los mensajes cortos basados en no-texto (por ejemplo imágenes en formato binario) también pueden utilizarse. La longitud es de 70 caracteres si se usa otro alfabeto como el árabe o el chino.

- No se envían directamente del remitente al receptor, sino que se envían a través de un centro de mensajes. Cada red de telefonía móvil que utiliza SMS tiene uno o más centros de mensajes para procesarlos.
- El servicio de mensajes cortos se caracteriza por la confirmación del mensaje de salida.
- Los mensajes cortos pueden enviarse y recibirse simultáneamente a la voz, datos y llamadas de fax.
- Para enviar y recibir mensajes cortos el teléfono móvil debe estar operativo y con cobertura. Si no lo está, el Centro Servidor de Mensajes Cortos retendrá el mensaje hasta que el teléfono móvil vuelva a estarlo.
- Una vez leído el mensaje, es posible borrarlo o almacenarlo.
- Para enviar un mensaje es necesario fijar el Centro Servidor de Mensajes (CMS), que generalmente ya viene fijado por la compañía telefónica antes de que el teléfono llegue a nuestras manos, de tal modo que al usar el aparato por primera vez se pueden enviar los mensajes sin ningún contratiempo.

2. SMS: Características comunicativas

Si se entiende como proceso de interacción, la comunicación es una forma de comportamiento que se sirve de actos expresivos, considerando estos actos como un procedimiento para lograr algo en un sistema de interacción¹.

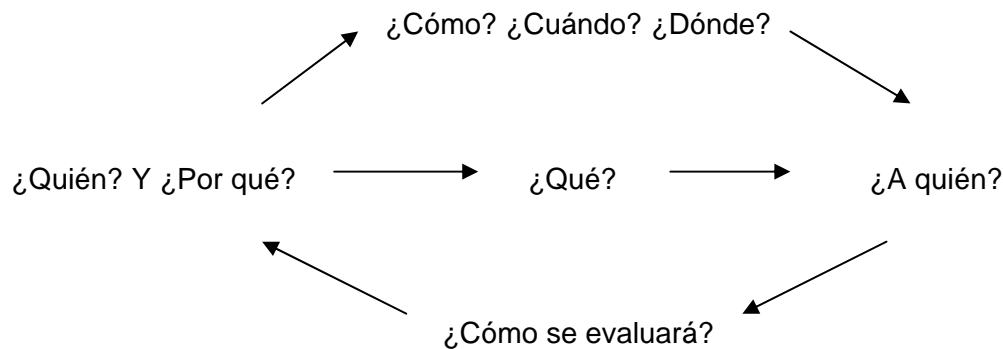
Con base en lo anterior, es necesario preguntarse si un mensaje, o una secuencia de mensajes es o no un acto comunicativo. La respuesta es que sí, pues cuenta con todos los elementos del sistema de la comunicación, resumiendo: un emisor, un mensaje, al menos un receptor y lo que es más importante, una retroalimentación, que puede ser de varias maneras y se explicará más adelante. Todo esto con una finalidad dentro de un sistema de interacción, mediante actos expresivos, es decir, mediante palabras del sistema lingüístico; códigos comunes a los participantes.

Es importante aclarar que este tipo de comunicación no se restringe a ella misma, pues la respuesta no tiene que ser necesariamente un mensaje del mismo tipo, bien puede ser una llamada de voz, en el momento de recibir el mensaje o algún

¹ Manuel Martín Serrano, et al. *Teoría de la comunicación 1. Epistemología y análisis de la referencia*, México, UNAM, 1981, p. 45.

tiempo después, un correo electrónico, un timbrazo,² o simplemente asentir sin responder en casos como “no voy a llegar”.

Podemos comenzar a ejemplificar con un modelo basado en preguntas que nos hablan de la intención y la relevancia de la comunicación en cada caso.³



Usar preguntas nos lleva a pensar en los procesos cognitivos, de uso, utilidad, necesidad, sentido y de la relevancia que se da a cada mensaje o situación comunicativa en particular. Se aclara con esto que una situación comunicativa se considera a partir de un mensaje, siempre y cuando haya sido recibido, ya sea desde uno hasta N cantidad de mensajes. De modo que un mensaje de cancelación de compromiso puede simplemente ser asentido por el Destinatario sin evocar una respuesta escrita, pero sí una respuesta en acción, que sería, seguramente, no ir a la cita pendiente, en este sentido está cooperando a la comunicación y la situación se considera exitosa pues se cumplió con el objetivo particular.

Ahora, no se puede decir que los SMS hayan suplido o restringido otro tipo de comunicación, como el Chat o la llamada de voz. Más adelante veremos que, si bien ha habido un aumento de envíos de SMS y una ligera disminución de llamadas por voz, ésta permite particulares intercambios de información que en muy pocas ocasiones son tratados vía SMS. Esto nos habla de atributos o cualidades propias al acto de comunicación a través de mensajería de texto, esto se plantea como una hipótesis en la toma de elección, más adelante abordaremos estos y más detalles.

3. Comunicación, Pragmática en inferenciación

El ser humano ha desarrollado complejos sistemas de interpretación e inferenciación y es capaz de obtener y rescatar significados a partir de un sinnúmero de referentes

² El timbrazo es una señal que se utiliza frecuentemente como una respuesta, explicando: se da el caso en que al recibir el mensaje, llamar y colgar al remitente al primer tono significa *recibí tu mensaje, estoy de acuerdo* o lo contrario, estas respuestas son variables.

³ Cfr. Howie, R.; J. MacFarlane y Woods. *The approach to interpretive planning (or the joy of planning)*. Interpretation and Extensión Division, Canada, Ottawa, Parks, 1975.

que van más allá de lo meramente textual y explícito. Es bajo este supuesto y diversos análisis de la interacción cotidiana que resultan notorias las carencias e ineficiencias de estudiar los procesos de comunicación, únicamente, a través del proceso de codificación-descodificación, basado a su vez en la teoría funcionalista de la comunicación y resumida en modelo: E-M-R.

Ahora, en el uso cotidiano se muestra la necesidad de estudiar distintos aspectos de la comunicación móvil, en donde resulta de vital importancia, primeramente, definir lo que es comunicación y un acto comunicativo, aclarar si la comunicación móvil pertenece o no a esta categoría y, posteriormente, habrá que describir el aparato teórico para el análisis, así se presentará la pragmática como línea teórica para el estudio de estas acciones, vinculada con la teoría de la acción comunicativa y la escuela de Palo Alto, para mantener el tópico de la acción comunicativa y la importancia social en esta interacción. Portolés presenta un ejemplo muy cotidiano para entender el objeto de la inferenciación y el objeto de la pragmática en una situación comunicativa concreta:

si un comunicante dice *Tengo sed*, se puede comprender en un contexto determinado que nuestro interlocutor nos pide agua. Evidentemente, esta conclusión no se encuentra en las condiciones de verdad del enunciado, pues, si lo negamos con un *No es cierto*, no se comprende que no sea cierto que quien lo ha dicho tenga sed. La parte del significado que correspondería a “mi interlocutor me está pidiendo agua” sería objeto de la pragmática⁴.

Así nos damos cuenta que la interpretación e inferenciación se vuelven de gran importancia en una situación real. La pragmática lingüística estudia esta otra dimensión del significado, analizando el lenguaje en uso, en situaciones concretas y “los procesos por medio de los cuales los seres humanos producimos e interpretamos significados cuando usamos el lenguaje”⁵. Evidentemente, estos procesos de inferenciación también son llevados y utilizados en la comunicación a través de la mensajería de texto. La pragmática trata de explicar la interconexión entre los diferentes tipos de procesos que hacen posible la comunicación humana: los de codificación y descodificación, por un lado y los de inferencia, del otro.

4. Situación comunicativa y pragmática

La comunicación es un proceso, y como tal, está formado por distintos elementos que lo conjuntan hasta lograr una unidad que se convierte en un todo, en este caso, una acción concreta y particular: el acto comunicativo, particularizando, el acto

⁴ José Portolés (2004) *Idem*. P 23

⁵ Graciela Reyes (2003) *op cit.*, p7.

comunicativo a través de mensajería de texto. Es importante pensar el acto comunicativo de tal manera ya que esto nos ayuda a clarificar que no siempre es igual, a pesar de que siempre se compartan pasos y elementos del proceso.

Nuevamente, como menciona Escandell, la pragmática es una perspectiva que parte de los datos ofrecidos por la gramática y toma luego en consideración los elementos extralingüísticos que condicionan el uso efectivo del lenguaje. En este sentido, la pragmática complementa a la gramática, al mismo tiempo que a la semántica. Las frases pueden adquirir significados que no se encuentran directamente en el significado literal de las palabras que la componen, sino que dependen de los datos que aporta la situación comunicativa en que se encuentra ésta.

Generalmente damos por sentado que las lenguas funcionan como códigos, es decir, como sistemas que emparejan signos y mensajes de un modo constante: relación entre significado y significante.⁶ También solemos decir que, cuando nos comunicamos por medio del lenguaje verbal, lo que hacemos es codificar la información, es decir, elegimos representaciones fonológicas que corresponden al contenido semántico que deseamos transmitir, y por su parte, el destinatario descodificará estas representaciones fonológicas para dar un sentido único y semántico a la información transmitida. Estas ideas son ciertas, sin embargo, no en todos los casos, pues existen situaciones en que lo que decimos no está precisamente emparejado con lo que queremos decir ni corresponde únicamente a una descodificación literal. Estas situaciones comunicativas tienen un significado que no es precisa ni únicamente lingüístico. Veamos un ejemplo muy conocido:

Cuando un diplomático dice que *sí*, quiere decir “quizá”;
Cuando dice *quizá*, quiere decir “no”;
Y cuando dice *no*, no es un diplomático.
Cuando una dama dice *no*, quiere decir “quizá”;
Cuando dice *quizá*, quiere decir “sí”
Y cuando dice *sí*, no es una dama.⁷

Voltaire

Este conocido texto es una contradicción con el sistema de la lengua únicamente como código, pues las palabras no mantienen el significado semántico. Sin embargo, al imaginar y recrear ambas situaciones, podemos entender perfectamente el sentido de las palabras y tener como correctas ambas interpretaciones.

⁶ Cfr. Ferdinand de Saussure. *Curso de lingüística general*, Madrid, Alianza Editorial, 1998.

⁷ Citado en Victoria Escandell Vidal, *Introducción a la pragmática*. Barcelona, Ariel Lingüística, 1996. p 15.

Estos fenómenos son exitosos gracias a una contextualización previa, que es la única que puede hacer inteligible el mensaje de acuerdo con la intención comunicativa presentada, en primera instancia por el emisor y en segunda, por la disposición del destinatario. Nuevamente se afirma que hemos desarrollado complejos mecanismos de inferencia que entran en funcionamiento automáticamente para recuperar lo que nuestros interlocutores quisieron decir a partir de lo que realmente dijeron y estamos usando estrategias que nos conducen a contextualizarlo todo de la mejor manera para que tenga un verdadero sentido y sea un producto, en términos cognitivos, relevante o significativo. En este sentido, Julio Calvo hace un comentario bastante interesante al decir: "...no existen soluciones gramaticales perfectas a los problemas que tradicionalmente han planteado los gramáticos si no es a través de la pragmática, de la relación armónica entre lenguaje y contexto"⁸.

4.1 Conceptos para una pragmática de la comunicación

Para integrar coherente y sistemáticamente lo visto anteriormente, a pesar de la interpretación intuitiva, es necesario definir ciertos conceptos, hasta ahora utilizados de manera natural, y presentar una caracterización más precisa de los diferentes elementos que configuran la situación comunicativa. Nuestro modelo de análisis está constituido por dos clases de elementos⁹:

- a) De naturaleza material, física, en cuanto que son entidades objetivas, descriptibles externamente; y
- b) De naturaleza inmaterial, ya que se trata de los diferentes tipos de relaciones que se establecen entre los primeros.

4.2 Referencia y Deixis

Antes de pasar a los componentes, es útil mencionar que, desde el punto de vista de la comunicación, comprender una frase no consiste simplemente en recuperar significados, sino también en identificar referentes. Aplicado a métodos cognitivos, la comprensión requiere del concepto, de una definición y de un ejemplo. En tal caso, no basta con entender las palabras; también hay que saber a qué objetos, hechos o situaciones se refieren.

⁸ Julio Calvo, 1998, p. 32 en Gallardo Pauls, op. cit.

⁹ Victoria Escandell Vidal, op. cit. p. 25

La asignación de referencia constituye un paso previo e imprescindible para la adecuada comprensión de las frases. Sólo la situación puede proporcionar los datos necesarios para decidir a qué se está refiriendo específicamente el interlocutor. Veamos el siguiente ejemplo:

A: en el estacionamiento en diez

Este ejemplo, fuera de contexto, carece totalmente de sentido, a pesar de que la frase, sintácticamente, sea inteligible, para saber exactamente a qué se refiere el mensaje es necesario saber primeramente, ¿quién escribe?, ¿en qué estacionamiento?, ¿en qué parte del estacionamiento?, y ¿en diez qué? Sin conocer todos estos datos, no se puede decir que se está en las condiciones totales de interpretar y dar sentido al mensaje. Justamente, todos estos elementos dependen de la situación comunicativa. En este caso, el mensaje no fue respondido, dando por supuesto que el mensaje fue recibido correctamente y de modo favorable, es decir, acatando el imperativo implícito, sin embargo, a pesar de este acortamiento, el mensaje fue exitoso.

4.3 Del Hablante al Emisor, y de éste, al Destinador

Es un elemento material. Se designa como *emisor* a la persona que produce intencionalmente una expresión lingüística en un momento dado, ya sea oralmente o por escrito.

Así, cuando en pragmática y en este estudio, se habla de un *emisor*, lo estamos distinguiendo de un *hablante* y, en otras circunstancias, de un *interlocutor*. El *emisor* es, por obvias razones, un *hablante* y también un *interlocutor*, sin embargo, un hablante del español, o cualquier idioma, lo es también en el momento en que se encuentra callado, y un interlocutor, lo es solamente en el momento en que se produce un diálogo. En este sentido, el *emisor* es el hablante que está haciendo uso de la palabra en un determinado momento; ésta puede ser oral o escrita, y lo es sólo cuando emite su mensaje, así sea visto en el tiempo en que se envió, o más tarde. Con este término no nos referimos a una categoría absoluta, sino a una posición determinada por las circunstancias. Ahora, ya que hemos hablado de las intenciones y al aclarar que este emisor produce un mensaje especial para su receptor, basados en Jakobson, nos es más pertinente, nombrar a este sujeto como *destinador*, ya que cumple con las características del emisor pero crea su mensaje con fines particulares y lo destina a quien considera, le será realmente relevante dicho mensaje.

4.4 Destinatario

Con este nombre se designa a la persona o personas a quien el emisor dirige su enunciado, y con las que normalmente suele intercambiar su papel en la comunicación. El término *destinatario* se refiere a sujetos, y no a mecanismos de distintos tipos, como lo sería un receptor. Del mismo modo, contrasta con el oyente, en el mismo sentido que emisor con hablante, pues el oyente es todo aquel que tiene la capacidad abstracta de comprender determinado código lingüístico, y más abiertamente, que es capaz de decodificar cualquier señal externa de tipo sonoro. El *destinatario* es la persona a la que se dirige un mensaje¹⁰.

El destinatario es la persona elegida por el emisor, en la cual se ha pensado al momento de construir el mensaje, es decir, está construido específica y particularmente para él. Esto es muy importante, pues alguna persona que escuche o lea algo por equivocación no será el destinatario, tal vez sería un receptor, o en otro caso un oyente, pero no el *destinatario*. Y esto sigue siendo importante, pues no resulta lo mismo escribir a un amigo de toda la vida que a nuestra madre, que alguien que apenas se conoce y que es nuestro compañero de trabajo, ni es lo mismo escribir con fines laborales que lúdicos. Así que, al pensar el *destinatario*, el emisor adecua su mensaje para que sea comprendido correctamente, y cumpla con su fin comunicativo.¹¹

4.5 Enunciado

El enunciado es la expresión lingüística que produce el emisor. Un *enunciado* es un estímulo físico, una alteración, una modificación del entorno, sea visual, o sea oral. El término *enunciado* se usa para hacer referencia a un mensaje construido según un código lingüístico.

Los límites del *enunciado* están fijados por la dinámica del discurso (la conversación en sí), cada una de las intervenciones de un emisor es un *enunciado*. Respecto al límite o espacio físico de un enunciado, y basado en el cambio de emisor, los enunciados pueden ser, desde una interjección o una frase sustantiva hasta un libro entero o, cada mensaje de teléfono. Esto quiere decir que, gramaticalmente, el

¹⁰ Escandell, op. cit. p 27

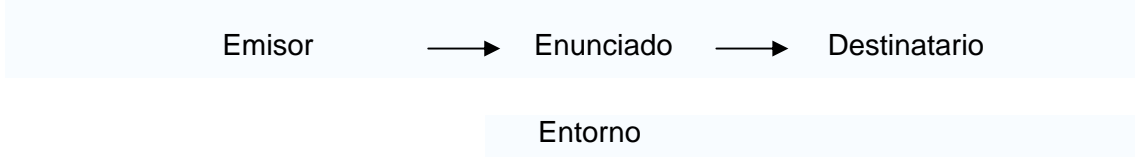
¹¹ El filósofo norteamericano Donald Davidson, hace referencia en la importancia de la primera persona en el acto comunicativo pues, menciona que al ser él quien da la pauta, presenta ventaja sobre su receptor y tendencias a dominar la comunicación pues la comenzó con un fin particular.

enunciado no tiene límites, sino que el límite depende de la naturaleza discursiva o dialógica dada por cada situación comunicativa.

De acuerdo con criterios gramaticales, el enunciado se distingue de la oración, pues el contenido semántico de la oración depende de su estructura, no de sus usos, a diferencia del enunciado, cuya interpretación depende de su contenido semántico y de sus condiciones de emisión. Por último, la oración se evalúa en términos formales: correcta o incorrecta, mientras que el enunciado se evalúa según criterios pragmáticos: es adecuado o inadecuado, efectivo o inefectivo¹².

4.6 El entorno (situación espacio-temporal)

El *entorno* es el soporte físico, las características bajo las que se realiza la enunciación, es lo que en muchos lugares se muestra como *contexto o situación espacio-temporal*. El *entorno* es algo más que un simple escenario, desempeña un papel muy importante, pues, hemos visto en ejemplos antes citados, que la circunstancias que imponen el aquí y el ahora influyen en las elecciones gramaticales, quedando reflejadas en la forma del enunciado al tiempo que constituyen uno de los pilares en que se fundamenta su interpretación.



4.7 Los componentes relacionales (inmateriales)

Para el estudio pragmático, son tan o más importantes que los elementos que componen el sistema comunicativo, las relaciones que se establecen en el mismo y que le dan lugar, haciéndolo un acto único y particular. Dice Escandell, “Las relaciones que se establecen dan lugar a conceptualizaciones subjetivas; éstas, a su vez, generan principios reguladores de la conducta que se objetivan en forma de leyes empíricas (es decir, de regularidades observables de naturaleza no prescriptiva)”.¹³

4.8 La información pragmática

Es el conjunto de conocimientos, creencias, ideas, opiniones, sentimientos y demás que presenta un individuo en un momento cualquiera de la situación comunicativa; en

¹² Escandell, op. cit. p 29

¹³ Ibíd. p. 31

este caso, de la interacción a través de mensajes de texto. Esta información es tanto del emisor como del destinatario, pues ambos poseen una serie de experiencias, percepciones, pensamientos y sentimientos que los hacen actuar de una manera específica y no de otra.

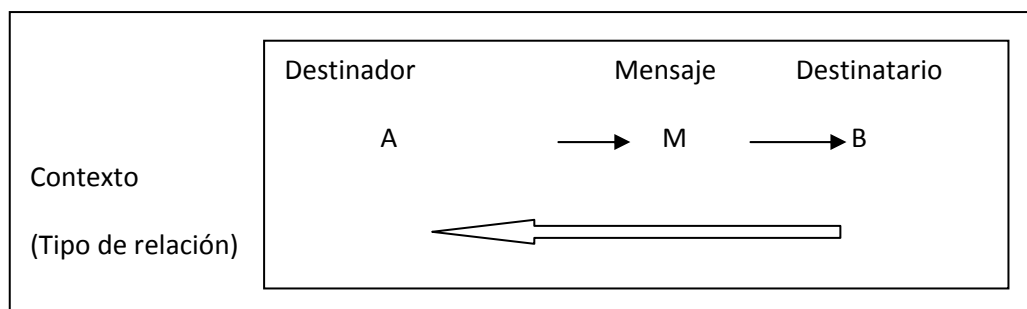
A pesar de que la información pragmática es personal y, por lo tanto subjetiva, no significa que ésta sea intangible, o tan personal que no pueda ser compartida por ser totalmente diferente y ajena. Los interlocutores, generalmente, comparten considerables cantidades de información, como visiones culturales, un entorno compartido, situaciones previas y alguna idea conjunta que los une en un momento específico, de modo que se dé un fenómeno interesante, puede resumirse como: *entre mas contexto, menos texto*, esto, que ya es un lugar común en lingüística y comunicación, lo observamos en los SMS, que en algunas ocasiones son muy breves y se interpretan de manera mucho más amplia que con el significado literal de la oración.

Con la información pragmática se ha hablado de *conocimiento mutuo*,¹⁴ con el supuesto de que se parte de lugares parecidos para llegar a interpretaciones correctas. Sin embargo, este término se ha cambiado por el de *entorno cognoscitivo compartido*, según la cual lo que los interlocutores comparten es un conjunto de hechos cuya representación mental, una porción de todo lo que comparten con respecto a la situación comunicativa, dan como verdadera, por ser directamente perceptible e inferible. Nunca se tiene una certeza total sobre lo que se comparte, y lo que se da por supuesto debe ser suficiente para asegurar la inteligibilidad en la mayoría de los casos. Con esto se indica que la comunicación no se funda en conocimientos unívocos, sino en hipótesis de tipo probabilístico.

5. Resultados de Análisis

Dadas las características de la comunicación por medio de SMS, podemos decir que todos los mensajes analizados en este trabajo cumplen con las siguientes características:

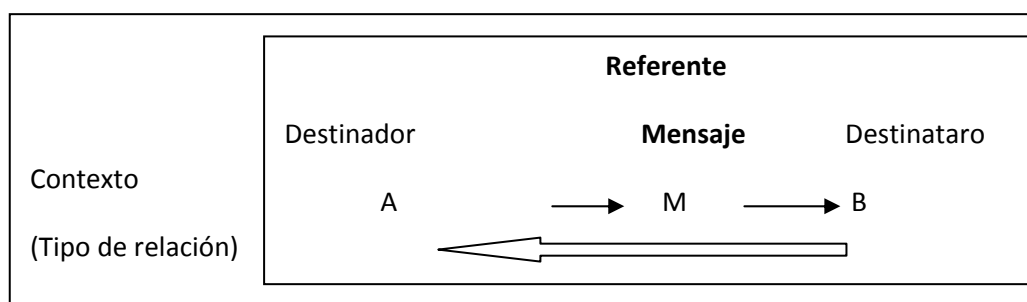
¹⁴ Sperber y Wilson en M. V. Escandell Vidal, op. cit. p. 32



A partir de este esquema básico, que reúne las características de la comunicación a través de SMS, es útil decir que comenzaremos la tipificación de mensajes tomando en cuenta que los mensajes responden a una comunicación única e irrepetible, que al observar la situación veremos que en muchas ocasiones, entre mayor sea el contexto compartido por los interlocutores, el texto puede ser más específico o corto, en cuanto a su contenido (menor número de palabras y caracteres utilizados), y habrá que recurrir a explicar y desambiguar este tipo de mensajes y por último, que partiremos de una tipificación general basada en Karhl Buhler y Roman Jakobson y retomada por Raúl Avila,¹⁵ de ahí encontraremos subdivisiones cada vez más particulares, propuestas en este trabajo y sustentadas en el corpus analizado.

Sobre la muestra revisada, al igual que Lope Blanch en “Vitalidad de los periodos gramaticales del español”¹⁶ justifica que usa una muestra pequeña porque su objetivo no era llegar a resultados estadísticamente seguros y definitivos, sino solo determinar si el análisis gramatical, conducía a resultados provechosos, tampoco buscamos llegar a resultados estadísticamente concretos pues existen tantos diccionarios SMS y maneras específicas de comunicarse por esta vía, como existen usuarios de telefonía celular y nuestro interés es presentar un plano de las posibilidades de estudio de los SMS.

5.1 MENSAJES REFERENCIALES



¹⁵ Cfr. Raúl Ávila, *La Lengua y los hablantes*, Trillas, 1999, México.

¹⁶ Cfr. Lope Blanch “Vitalidad de los periodos gramaticales del español” en *Nuevos Estudios de Lingüística Hispánica*, México, UNAM, 1993.

Ubicando a los participantes de la comunicación podemos decir, a resumidas cuentas, que en este tipo de mensajes A (Destinador) dice algo a alguien B (Destinatario) sobre las cosas, es decir, se hace referencia a algo, y ésta es la finalidad del mensaje y es el mensaje mismo. Se muestra de manera notoria una fuerte relación entre el mensaje y las cosas, ya que aludir a ellas es la finalidad de este proceso comunicativo.

A-M39 Ya te esta esperando ines¹⁷

En el ejemplo anterior podemos ver que la intención del mensaje es informar que alguien ha llegado (Inés) para que se tomen ciertas medidas como atenderla, tener discreción o alguna otra acción, cuestión interpretable correctamente por el destinatario al conocer las implicaturas de que Inés haya llegado.

Sobre este tipo de mensajes podemos subdividir más específicamente los siguientes tipos:

- **Mensajes informativos.**
Son mensajes que cumplen con su finalidad al dar la información deseada y lo que lo hace un acto comunicativo exitoso es que, con este aviso y un contexto comunicativo real entre los participantes del acto, al hacer uso de esta nueva información, se tomen futuras o inmediatas decisiones.
- **Mensajes informativo-emotivos.** La variante se encuentra en que la mayoría de estos mensajes, por su fuerte carga emocional, podemos creer que sí esperen una respuesta, una señal de agradecimiento o reciprocidad del destinatario, pese a que no es necesaria para cumplir con su finalidad de, llegar al destinatario.
- **Avisos.** Este tipo de mensajes es muy parecido, sin embargo se presenta una ligera variante que tiene que ver con un contexto previo casi inmediato, por eso pueden ser de tipo muy específico e incluso con una similitud a los imperativos que veremos más adelante.
- **Recordatorios.** Estos mensajes, como su nombre lo indica, solamente están haciendo mención de

¹⁷ Recordamos al lector que todos los mensajes han sido transcritos textualmente sin hacer correcciones u observaciones en la ortografía, gramática o los acortamientos que pudieran existir.

algo que ya se tenía establecido pero que al emisor le interesa que tenga presente su receptor.

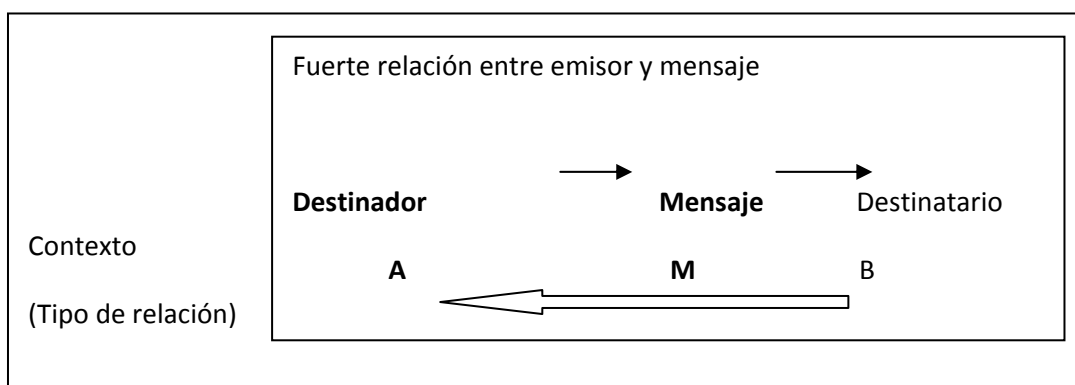
- **Explicativos.** Estos mensajes están hechos para dar alguna razón de algo en particular que los participantes conocen con claridad.
- **Disculpas.** Muy similares a los anteriores, pero presentan una carga más emotiva. Evidentemente, se disculpa por algo de una manera poco formal.
- **Ofrecimientos y ánimos.** Estos mensajes están haciendo un apoyo explícito al receptor, la importancia radica en que hacen un ofrecimiento o una muestra de solidaridad.
- **Comentarios.** Son muy similares a los avisos, pues están dando información de cualquier tipo, la diferencia radica en que piden el punto de vista o comentario del receptor.
- **Agradecimientos.** Estos mensajes muestran una gran parcela en común entre los comunicantes, ya que se muestra un agradecimiento o cordialidad sobre un evento en particular de conocimiento entre los relacionados.

5.2

MENSAJES

SINTOMÁTICOS

Los mensajes de tipo sintomático pueden esquematizarse de la siguiente manera:



Los mensajes de tipo sintomático son aquellos que proporcionan información sobre el emisor, es decir, dan síntomas sobre él y su estado físico o anímico, están sustentados en brindar datos sobre ellos mismos al destinatario. Existe una fuerte relación entre el emisor y el mensaje, ya que el contenido del mensaje versa sobre él.

A-M28: Ya tengo hambre

B-M31: clamate, ya ahorita salgo

A-H19:

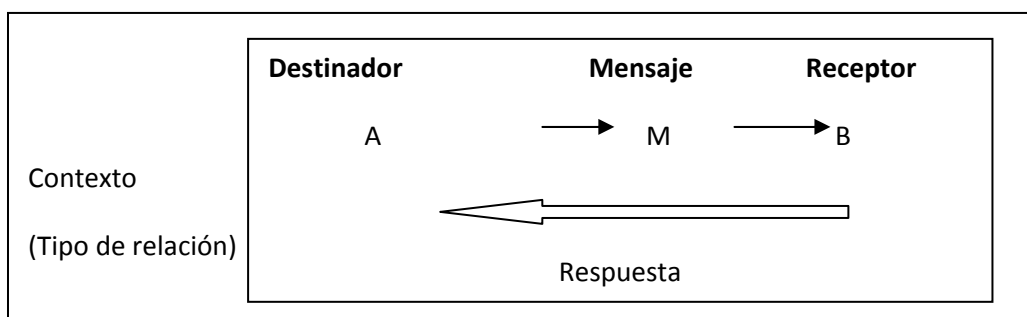
Grasiasporkortarmyoqqriaplatikrchidokontigoymkuelgasaorallamamparadc
irtloqtibaadciryojalaynotartsdmisidasssoloqtngomiedo.

Como podemos ver, estos mensajes son mandados entre personas con un alto grado de confianza entre sí, con información suficiente del porqué de los síntomas del emisor y no se presentan diferencias jerárquicas. En el último caso, podemos ver el alto grado de confianza y la enorme parcela de conocimiento compartida por los interlocutores, este mensaje, tiene un subcódigo común, que no cualquiera puede descifrar sin un conocimiento previo.

- **Buenas y malas noticias.** Estos mensajes son de tipo informativo, sin embargo el emisor envía para llamar la atención de su receptor y dar nota de algo que considera relevante.

5.3 MENSAJES APELATIVOS

El esquema de los mensajes de tipo apelativo será el siguiente:



Los mensajes de tipo apelativo muestran un mensaje en el que se apela por algo, es decir, hay un matiz en la forma de escribir que hace que el mensaje se dé en una manera y no en otra, porque el emisor está buscando lograr o alcanzar una respuesta específica con su mensaje. Hay ocasiones en que pedimos por favor y otras en las que exigimos, en estos mensajes estamos apelando por algo. Existe una fuerte relación basada en la intención del emisor, entre el mensaje y el oyente, esto es lo que guía la forma de apelar. Se hace patente que el tipo de relación entre los participantes, es decir, los roles, grados jerárquicos, etc., son los que dirigen en gran parte la forma de mensaje.

A-H34: Me ayudas mañana a arreglar lo del coche?

B-H32: Llego despues de desayunar

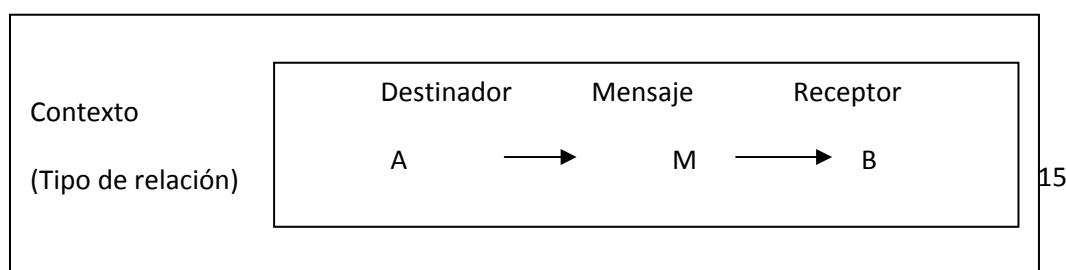
A: te espero

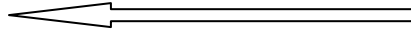
- **Cita.** Son mensajes con las características de una petición. Es requisito que exista cierta relación de familiaridad entre los participantes, teniendo uno o muchos antecedentes, pensar en una reunión posterior. En general, estos mensajes terminan su cometido con una respuesta, sin embargo, puede darse el caso en que el arreglo se alargue y se tenga una conversación en la que se haga una planificación convirtiéndose más en un acuerdo.
- **Cita con acuerdo previo e información extra.** En este tipo de mensajes, el receptor está brindando información importante, ya que en cierta manera está diciendo que tiene disposición a seguir comunicado.
- **Pregunta.** Estos mensajes son preguntas convencionales que pueden corresponder a cualquier tema. Estos mensajes se pueden presentar con poco, mucho o ningún conocimiento compartido, así como tampoco es necesario un conocimiento entre los participantes, es necesario que se comparta cierta información. El emisor siempre está esperando respuesta.
- **Pregunta contextualizada.** Estas preguntas presentan información extra, muchas veces pensando en el receptor y como cortesía para facilitar la lectura y entendimiento del mensaje.
- **Peticiones.** Estos mensajes, claro ejemplo del tipo apelativo, están pidiendo o solicitando algo. Estas apelaciones pueden cambiar su forma de acuerdo al grado de familiaridad o niveles jerárquicos entre los participantes.
- **Peticiones imperativas.** En estos casos, aparentemente y con notoria bastante confianza, A pide algo a B sin siquiera preguntar.
- **Invitaciones.** El emisor invita, de acuerdo a la confianza entre ellos y el tipo de evento, de manera más o menos cordial a su destinatario a cierto lugar, cita o evento.

5.4

MENSAJES FÁTICOS

Los mensajes de tipo fático se esquematizan de la siguiente manera:

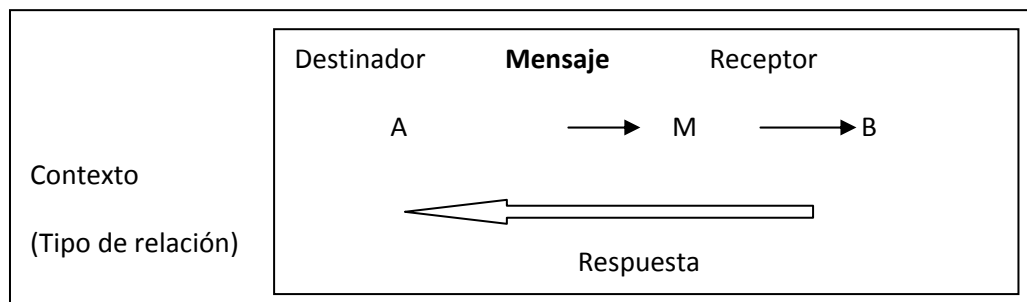




Los mensajes de tipo fático tienen la finalidad de poner en contacto lingüístico a los interlocutores y percatarse de que el canal de comunicación está abierto y funciona en óptimas condiciones para, cuando así lo requiere la intención, pasar a cierto mensaje o aspecto de la comunicación.

- **Llamada perdida.** Existe una llamada que no fue contestada y se responde con un mensaje para mantener las vías de comunicación abiertas.
- **Reencuentro.** Estos mensajes son para restablecer y abrir un canal de comunicación entre dos personas que no habían frecuentado durante algún tiempo. En este ejemplo podemos ver que el emisor contextualiza mucho el mensaje para facilitar el entendimiento del mismo de su interlocutora.
- **Ocio.** Estos mensajes se caracteriza por abrir un canal de comunicación muy lúdico, de modo que la información intercambiada es muy ligera y los participantes muestran confianza, por tal motivo es que se puede dar este tipo de mensaje sin un propósito extra que únicamente platicar.

5.5 MENSAJES METALINGÜÍSTICOS



Lingüística y comunicativamente, esta función permite que la lengua pueda ser objeto y herramienta de estudio al mismo tiempo. Este tipo de mensajes hace cierta reflexión, que pueden ser dudas, acotaciones o aclaraciones, sobre la propia lengua, con el fin de hacer más clara la comunicación, ya sea en ese mismo momento, o para situaciones comunicativas posteriores.

A-M23: El azucar o la azucar?

B-H24: mmm, esos sustantivos son difíciles, cuando tengas dudas de esos ponle un adjetivo como la azucar refinada o molida

Conclusiones

Los mensajes de dos vías son una manera de intercambiar o dar información relevante mediante un código común a las dos o más personas que se encuentran implícitas en una situación comunicativa particular que propicia este intercambio de información y que el mensaje se estructure de una manera y no de otra. El medio que soporta este mensaje es el ya mencionado sistema digital que permite el intercambio de distintos tipos de información mediante un teléfono celular.

A lo largo de esta investigación se pudo notar que los SMS, sí son una herramienta comunicativa con un soporte especial, características específicas y particulares que los hacen ser un joven modo de comunicación, nutrido por todo el entorno y las nuevas necesidades comunicativas surgidas a raíz de los cambios inmediatos, con ciertas particularidades que nos permiten asegurar que es un medio distinto a todos los demás.

Ahora, cuando se envía un mensaje, es muy probable que se haya hecho una construcción léxica igual o muy similar a muchas otras ¿qué es lo que hace que esta construcción signifique algo en particular y no lo mismo que las demás? Pues bien, ahora se puede decir que la comunicación significa lo que toma un verdadero sentido de acuerdo a la situación comunicativa a la que pertenecen; es necesario tomar en cuenta a los participantes (grado de confianza, rol social, tipo de relación) así como las intenciones y el contexto de dicha situación comunicativa para que podamos dar el sentido adecuado a las construcciones intercambiadas, ya que de manera descontextualizada, pueden tener otro sentido o carecer de él, a pesar de ser frases léxicas y gramaticalmente correctas. Este es un aspecto muy estudiado por la pragmática, lineamiento que podría ser mas tomado en cuenta por la comunicación, ya que generalmente se ha explicado al proceso comunicativo a través del modelo del código, en donde se mantiene que se realiza únicamente mediante el proceso de descodificación de signos y mensajes, por otro lado, se ha descrito con el modelo inferencial y en él, se le considera una cuestión de producción e interpretación de pruebas.

De tal manera que, al revisar una muestra de mensajes, tomar y conjuntar de manera sencilla la comunicación y la pragmática, se pudo

observar que el sistema comunicativo tiende a hacerse más complejo en el uso, en ocasiones hasta restársele importancia, más aún, cuando no es cara a cara y es a través de un medio (o sistema) relativamente nuevo.

Se pudo notar que, de acuerdo a la intención del emisor, se presentan estructuras discursivas recurrentes, ya que se mantienen ciertos patrones y en la situación comunicativa los participantes ubican perfectamente a los involucrados que pudiera haber, entonces se puede decir que entre mayor confianza exista entre los interlocutores, más relajado es el lenguaje utilizado.

Una cuestión muy notoria es que los roles sociales se reflejan a través de esta comunicación, ya que si uno es de mayor rango jerárquico que el otro, tiende a ser más impositivo (si se refiere a cuestiones laborales o de organización) y menos expresivo, en cambio, si el menor se dirige al otro, su lenguaje se verá más cuidado y la mayoría de veces, presentará más muestras de cordialidad y gratitud.

La mayoría de veces, el usuario promedio no es precisamente consciente de todos estos resultados reflejados en el acto concreto de comunicación mediante SMS, sin embargo, sí es consciente de la situación exacta que vive en el momento de hacer uso de los mensajes, lo cual le obliga a actuar de una y no de otra manera, por tal motivo podemos decir que los mensajes pueden encontrarse inmersos en situaciones más o menos estandarizadas que responden a ciertas necesidades, principalmente del destinador quien, hemos dicho, es el que en la mayoría de casos guía la comunicación al buscar algo particular con el envío del primer SMS.

A últimas cuentas, lo realmente importante es que la comunicación mediada por SMS sea lograda con éxito y llegue a su fin particular, para esto debemos decir que sí es importante ser claro y preciso, así como hacer uso de las opciones que nos brinda este medio, tal como tomar un tiempo para pensar lo que se va a escribir o corregir antes de enviar el mensaje. Aún así, cuando haya cierta tierra, interferencia o el mensaje no haya sido entendido como dictaba la intención, ésta puede solucionarse. Otra cuestión importante que se pudo observar en este trabajo es que cuestiones que pueden resultar muy importantes o delicadas no son muy recurrentes, al menos en este corpus, a través de los SMS, ya que su uso se encuentra más en lo práctico, cotidiano y lúdico que en otras cuestiones más formales.

El tipo de temas abordados, cuestiones más estadísticas como la frecuencia de envíos de mensajes, la longitud de los textos, la forma, el contenido gramatical, la duración de las conversaciones, son muchas de las otras cuestiones que pudieran ser observados y estudiados sobre la comunicación a través de la complejidad de los mensajes de texto.