

***NEOLOGISMOS TECNOLÓGICOS Y NUEVOS
COMPORTAMIENTOS EN LA SOCIEDAD RED*** ^[1]

***NEW TECHNOLOGIES NEOLOGISMS AND NEW BEHAVIOURS IN THE
NETWORK SOCIETY***

Manuel Alcántara Plá

Universidad Autónoma de Madrid

Recibido: 19/01/2016 - **Aceptado:** 29/01/2016

Formato de citación: Alcántara Plá, M. (2016). “Neologismos tecnológicos y nuevos comportamientos en la sociedad red”. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, 69, 14-38, <http://apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/malcantara1.pdf>

Resumen

Este trabajo investiga la relevancia del significado de los neologismos de las nuevas tecnologías de la información (TIC) para comprender cómo nos relacionamos con ellas y de qué manera afectan a las interacciones interpersonales. Tomo como ejemplos palabras preexistentes en español y que se han adoptado con valor metafórico y variando su significado. Propongo un análisis de los marcos semánticos que se producen mediante este proceso para mostrar cómo esta reutilización de términos, en principio facilitadora del manejo de las tecnologías, puede dificultar la comprensión real de los procesos que hay detrás de la comunicación digital así como provocar comportamientos que no sean coherentes con estos.

Palabras clave

Análisis del Discurso Mediado por Ordenador, marcos semánticos, TIC, neologismos.

¹ El presente trabajo se ha desarrollado en el marco de un proyecto del Plan Nacional de I+D español (referencia FFI2014-53958-P).

Abstract

New technologies neologisms can help us to understand how we adopt innovations and how they affect the way we communicate. This study investigates previously existing words, which have been adapted through metaphorical processes to new ICT meanings. Their semantic frames are analyzed to show why using old Spanish words (easier for those unfamiliar with computer science) makes it harder to comprehend the real processes working behind digital communication.

Keywords

CMDA, semantic frames, technology, ICT, neologism.

1. INTRODUCCIÓN

Los cambios lingüísticos provocados por las nuevas tecnologías de la información llevan varias décadas siendo un tema candente para la investigación. La Lingüística diacrónica, con la explicación formal de los cambios producidos, y la Sociolingüística y la Pragmática, con la descripción de las variedades surgidas y de cómo algunas elecciones se correlacionan con variables sociales, han sido los ámbitos desde los que se han realizado más análisis. Estas nuevas variedades se han utilizado como prueba de los cambios que las innovaciones tecnológicas han provocado en nuestro comportamiento y en el modo de comunicarnos desde investigaciones centradas en la intersección entre la comunicación y la política (Fuchs, 2014) o la sociología (Rendueles, 2013) hasta otras que han analizado los cambios producidos con respecto a modos de comunicación tradicionales o pre-digitales (Albaladejo, 2007; Cassany, 2012; Mancera y Pano, 2013). Los trabajos citados toman como objeto de estudio la lengua con la que nos comunicamos a través de los dispositivos digitales dentro de lo que se ha llamado *Análisis del Discurso Mediado por Ordenador* o CMDA en su acrónimo inglés (Herring, 2004). Cantamutto y Vela (2015) y Pano y Moya (2015) son ejemplos de desarrollo de corpus digitales para realizar este tipo de investigaciones en la actualidad.

El presente trabajo pretende llamar la atención sobre la importancia de analizar críticamente no solo la lengua que utilizamos en la comunicación a través de las nuevas tecnologías, sino aquella con la que nos referimos a las tecnologías en sí. La hipótesis de partida es que, aunque los términos tecnológicos hagan referencia a herramientas electrónicas e informáticas y se relacionen frecuentemente con cuestiones de mercadotecnia, el estudio de este vocabulario es valioso para comprender los cambios sociales que estamos viviendo.

Una transformación de la magnitud de la vida en el paso a la denominada “Sociedad de la información” (Garnham, 2004) o “Sociedad en Red” (Castells, 2007) provoca inevitablemente una producción importante de neologismos. La llegada de estos ha sido recibida por el mundo cultural de modo negativo. Los comentarios contrarios a los neologismos no han sido pocos en los países anglófonos, pero se han multiplicado en los demás lugares precisamente por ser préstamos del inglés. El oscarizado actor británico Ralph Fiennes nos proporcionó un buen ejemplo de la preocupación inglesa al declarar en el *London Film Festival* del 2011 y sin matices que Twitter era dañino para la lengua. No es una crítica precisamente original: siempre se ha mirado con sospecha la forma en que han hablado y escrito las nuevas generaciones. El actor no dudó en afirmar que Twitter estaba provocando que los jóvenes tuvieran dificultades para comprender palabras con más de dos sílabas. Lo hizo en la presentación de la película *Shakespeare's Coriolanus*, lo que deja claro el tipo de producciones lingüísticas que se estaban comparando. La *Defensa apasionada del idioma español* de Álex Grijelmo (1998) es un buen ejemplo de cómo esta visión se adereza en nuestro territorio con el rechazo a los términos ingleses. En su caso, los informáticos son los acusados de empobrecer la lengua de Cervantes con su uso indiscriminado del inglés.

La reacción contra los neologismos tecnológicos se enmarca dentro de lo que Kirsten Drotner ha denominado “pánico mediático”, una actitud contraria a los nuevos medios cuando “los ordenadores en general, los juegos y el Internet en particular sirven como metáforas mentales para discutir preocupaciones sociales mayores” (Drotner, 1999). Según esta investigadora, las nuevas tecnologías se demonizan al situarlas como (co)responsables de los males de nuestra sociedad, como pueden ser la violencia o el individualismo. El sociólogo Simon Lindgren (2013) lo ha ejemplificado con el suceso

de “the YouTube gunman”, nombre ilustrativo de por sí. Un ex-alumno entró en su instituto de Kauhajoki para herir con una pistola semiautomática a diez personas antes de quitarse la vida. De todos los rasgos presentes en la descripción del asesino, los medios eligieron destacar su afición a YouTube por encima de otros como su historial psiquiátrico (que lo tenía) o el hecho de que Finlandia sea el tercer país del planeta con más civiles con armas de fuego en su propiedad. Según la prensa, lo más relevante que compartía este suceso del país europeo con otros similares ocurridos en los Estados Unidos de América, el primer país en posesión de armas, era que los jóvenes que habían realizado las agresiones utilizaban las redes sociales para comunicarse.

De forma llamativa, las aproximaciones lingüísticas desde la academia también han sido conservadoras. Las críticas se han centrado en cuestiones formales, sobre todo en la conveniencia de adoptar un nuevo término en lugar de aprovechar los existentes, sin entrar a valorar en profundidad sus significados. No hay un estudio sistemático, sin embargo, de cómo estos neologismos reflejan, y probablemente impongan en muchos casos, nuevas formas de comprender las relaciones sociales.

Esta actitud negativa hacia las nuevas formas de comunicar contrastan con el optimismo imperante ante las innovaciones tecnológicas. Este último llega a ser irracional, como podemos ver leyendo la presentación de cada nuevo modelo de las marcas que dominan el mercado en cualquier medio de comunicación. El ensayista estadounidense Sven Birkerts muestra su asombro por “con qué entusiasmo estamos adoptando nuestras nuevas tecnologías, todas sin excepción” y advierte que “si sugieres que estas elecciones nos están cambiando a nosotros y a nuestro mundo gravemente, te encontrarás con incompreensión e irritación” (Birkerts, 2015). Las palabras que suelen elegirse para anunciar las novedades (“avance”, “progreso”, “mejora”) transmiten una ideología muy concreta en la que la renovación y lo efímero, aún más en todo lo relacionado con el consumo, son fundamentalmente buenos. Se llega incluso al “determinismo tecnológico” (Rendueles, 2013), que no es sino la fe en que los cambios tecnológicos provocarán un mundo mejor en una actualización ingenua del *Deus ex machina* clásico. La presentación imperante de las nuevas tecnologías como garantes de una democracia mejor es una muestra. Se ha insistido hasta la saciedad en el papel importante que han tenido las redes sociales en los movimientos indignados de la última

década (Occupy Wall Street, 15M, Primavera árabe, etc.), mucho antes de que hubiera estudios científicos que abalaran o desmintieran esta relevancia, y de momento estos nos hacen inclinarnos más por lo segundo (Fuchs, 2014).

Los neologismos tecnológicos, por su intensa incorporación a nuestra lengua y a nuestras vidas, son un objeto de estudio privilegiado para analizar aspectos discursivos que nos pueden servir para comprender mejor cómo las innovaciones electrónicas (y la nueva terminología que traen consigo) están afectando a nuestras sociedades más allá de las lecturas superficiales, optimistas o catastrofistas, a las que estamos habituados.

2. METODOLOGÍA

He seleccionado para este estudio neologismos cuyos significados tienen relación con el modo en que interpretamos las relaciones sociales y las interacciones comunicativas. Como se verá en sus descripciones en las próximas secciones, se corresponden con palabras que ya existían previamente y que se utilizan en la actualidad con valor metafórico, lo que las otorga mayor poder expresivo. Esta característica es la que me ha llevado a elegir una aproximación al significado léxico concreta que explicaré brevemente en los siguientes párrafos de esta sección. Las palabras descritas en este artículo no son una lista exhaustiva, sino más bien una muestra mínima –y espero que ejemplificadora- de un fenómeno muy presente en los términos nacidos con las nuevas tecnologías. Por supuesto, existen procesos diferentes por los que aparecen neologismos en español [2], pero el cambio semántico de formas existentes transparenta con mayor claridad sus implicaciones sociales.

El estudio del significado léxico ha probado ser uno de los problemas más complicados de la investigación lingüística. Su complejidad lo ha convertido en tema central no solo para los gramáticos, sino también para filósofos analíticos y matemáticos. La Lingüística contemporánea considera que el significado léxico es complejo, dinámico y, por lo tanto, no definible con categorías absolutas (Evans, 2009). El motivo principal es que depende tanto de la palabra como del contexto en que esta aparece. Delimitar los factores que son relevantes para definir ese contexto es una misión aún más difícil que

² Para un resumen de los últimos cuatro siglos, véase Álvarez (2013).

la anterior ya que son constructos creados a partir de las percepciones subjetivas de los interlocutores (Givón, 2005). Las experiencias acumuladas con cada palabra conforman un significado que se apoya en su relación con otros conceptos, tal y como propone el análisis de la Semántica de marcos (Fillmore, 1982) y de la Lingüística cognitiva (Langacker, 1991; Brandom, 2000).

Los significados, por lo tanto, no son fijos como podríamos pensar al consultar un diccionario clásico, sino que se conforman dinámicamente (Moore y Carling, 1982; Lakoff y Sweetser, 1994). Lo que una palabra expresa depende de lo que se ha querido expresar con ella en el pasado, del conocimiento enciclopédico y de la intención con la que se utiliza en el momento (Evans, 2009). Esto hace que los significados no sean solo constructos racionales, sino que incluyan valores emocionales.

La palabra “nube” nos sirve de muestra de la profundidad del significado de cualquier término. El *Diccionario de la Real Academia* la define como un “agregado visible de minúsculas gotitas de agua, de cristales de hielo o de ambos, suspendido en la atmósfera y producido por la condensación de vapor de agua”. Esta definición básica se complementa dependiendo del contexto. En Madrid, la ciudad en la que escribo estas líneas, las nubes suelen anticipar la lluvia (aquí no suelen estar de paso), son buenas noticias porque es una tierra seca y porque la falta de lluvia favorece altas concentraciones de contaminación. En mi cultura, además, el significado de las nubes se relaciona comúnmente con la melancolía y lo romántico (frente a la alegría y la fuerza del Sol). Todos estos elementos son activados por el significado de “nube”.

Esta complejidad explica que Robert P. Worden haya señalado un paralelismo entre la evolución de las palabras y el concepto “meme” de Richard Dawkins (Worden, 2000). Un meme es una unidad de herencia cultural, hipotéticamente similar a los genes, y seleccionada de forma natural gracias a las consecuencias “fenotípicas” de su propia supervivencia en un ámbito cultural concreto (Dawkins, 1976). Lo que convierte a las palabras en un tipo de meme es que contienen la información aportada por las experiencias de su uso y que se transmiten de generación a generación culturalmente. Cuando el ámbito cambia, la palabra también puede hacerlo como adaptación. Si utilizamos una palabra ya existente para un significado nuevo, como ocurre con muchos

términos de las nuevas tecnologías, lo hacemos normalmente gracias a que ambos conceptos, el existente y el incorporado, tienen rasgos comunes que nos permiten la conexión metafórica. Por ejemplo, utilizamos ahora la palabra “nube” para denominar también a los servidores de Internet donde guardamos nuestros documentos gracias a que en nuestro imaginario la Red se sitúa físicamente sobre nosotros (por eso “subimos” ficheros a ella y los “bajamos” de ella). De la misma manera, llamamos “ratón” al periférico de entrada de datos porque es del tamaño de estos roedores y tiene una forma que los recuerda. Es obvio que la mayoría de los rasgos de una nube meteorológica y de un servidor de Internet no son coincidentes (tampoco los del periférico y el roedor), pero esto no evita que la metáfora funcione comunicativamente y haya llegado a convencionalizarse. De hecho, lo interesante para nuestro estudio es que todos los rasgos, comunes o no, pasan a compartir un espacio conceptual común en el significado de la palabra (Grady *et al*, 1999; Croft y Cruse, 2004). Volviendo al ejemplo de la nube, aunque rasgos como el de ser inocua o positiva no son parte de las características que permiten la unión de ambos conceptos, sí se incorporan al significado metafórico una vez que la conexión se ha producido. Si le llamamos “nube” a un servidor, es difícil que pensemos en ello en términos, por ejemplo, de violencia, colores fuertes o contaminación. Si llamamos “ratón” a un aparato, seguramente no lo consideremos de vital importancia o que justifique un alto precio.

Esta unión de rasgos ha sido un arma especialmente poderosa en literatura, pero también es frecuente su uso intencional en otros ámbitos como el discurso político y la publicidad. Las siguientes secciones muestran sus efectos en el vocabulario tecnológico.

4. AMISTAD Y PRIVACIDAD DIGITALES

Las redes sociales como Facebook o Twitter son un ámbito especialmente rico en ejemplos de la influencia de la terminología en nuestro comportamiento social. También son las plataformas que más atención han acaparado con respecto a nuevas costumbres y modos de interactuar. Una de las cuestiones más estudiadas ha sido el nivel de autenticidad de las relaciones virtuales. Un descubrimiento clave desde la Psicología social ha sido el del concepto de “disclosure” (Aviram y Amichai-Hamburger, 2005), en referencia a la tendencia observada a desvelar información privada a través de las redes

sociales. Este fenómeno muestra una evolución clara en paralelo a la popularización de Internet. Así como los primeros usuarios, aficionados a la informática, dieron una importancia especial al anonimato (con el uso, por ejemplo, de apodos y con la ausencia de datos reales), los actuales suelen utilizar la Red para publicar todo tipo de detalles personales, ya sean por escrito o gráficamente.

La transición no se explica solo con el cambio del tipo de usuario, de uno más técnico a otro más general. Las plataformas más populares hoy están diseñadas de forma que la “disclosure” deba producirse para que las relaciones virtuales sean exitosas. Por un lado, nos animan a los usuarios con recordatorios constantes de que debemos compartir detalles reales, desde el nombre y la fecha de nacimiento hasta las instituciones en las que hemos estudiado y trabajado, pasando por nuestros planes de boda o los eventos a los que vamos a asistir. Por otro lado, el vocabulario que utilizan le da sentido a esta revelación de datos íntimos. En Facebook las relaciones son entre “amigos” y compartimos las cosas que “nos gustan” [3]. En ambos casos se trata de palabras ya existentes en español, pero cuyo significado se ha matizado más allá de lo tecnológico. “Amigos”, según el *Diccionario de la Real Academia Española*, son quienes comparten un “afecto personal, puro y desinteresado que nace y se fortalece con el trato”. El término aplicado a la red social no implica necesariamente ninguna de estas características salvo la de ser una relación compartida. Obsérvese que la ausencia de este rasgo en otras redes, como Twitter, donde las relaciones son unidireccionales, ha hecho que optaran por nombres diferentes como el de “seguidor”.

El concepto de amistad tradicional implica ciertos comportamientos que, a pesar del cambio de contexto, no es posible obviar al utilizar el término “amigo” en Internet. Uno de los principales es el de la confianza: de un amigo se espera sinceridad. Denominar con este nombre, por lo tanto, a una relación en un entorno que ya es propicio a desvelar información privada no hace sino confirmar que ese es el comportamiento correcto. Nos hace olvidar rasgos que estas nuevas amistades no comparten con las tradicionales y que podrían ser relevantes a la hora de compartir datos. Obviamos, por ejemplo, que el espacio de las conversaciones no es privado, sino público, así como que el número de

³ Ni la amistad ni el intercambio de gustos eran cualidades que se encontraran en los “facebook” originales, publicaciones con los nombres y fotografías de los estudiantes que las universidades estadounidenses distribuían entre estos para facilitarles la primera toma de contacto.

amigos receptores de nuestros mensajes suele ser muy superior al del mundo físico, a menudo centenares o incluso miles. Las nuevas definiciones del término “amistad”, que contemplan ya su nuevo uso desde la aparición de Facebook en 2005, son menos concretas que la citada del *DRAE*. La diferencia entre “amigo” y “conocido” era importante en nuestra sociedad hasta la llegada de Internet. Al interpretar nuestras relaciones en Facebook a través del término “amigo”, hemos terminado por redefinir la amistad vaciándola de sentido. Sage L. Graham, por ejemplo, lo reduce a que “la amistad se produce cuando dos personas se alinean la una con la otra” (Graham, 2016). Esta idea de “alineamiento” la define a su vez como algún grado de valores compartidos o experiencias comunes.

Las palabras “amigo” y “seguidor” han añadido últimamente otro elemento a su significado. Las redes sociales han dado un protagonismo especial al recuento de amigos y seguidores que tiene cada uno de sus usuarios. Ese número se ha convertido en uno de los datos personales esenciales en el ciberespacio. Es el índice de impacto de la autocomunicación de masas [4]. En el momento de escribir estas líneas, la persona más influyente de Twitter es la cantante Katy Perry con más de ochenta millones de seguidores. El cantante Justin Bieber ocupa el segundo lugar con más de setenta y tres. A Barack Obama le siguen trece millones de personas menos que a K. Perry y hay que bajar al puesto décimo tercero de la lista para encontrar al primer usuario no estadounidense, Cristiano Ronaldo, con casi cuarenta millones de seguidores. Si descendemos al número 20, encontraremos el primer medio de comunicación “tradicional”, la cuenta de noticias de la CNN, con prácticamente un tercio de los *seguidores* de la cantante que corona la lista.

Verbos como “compartir” o “gustar” tienen en común que suelen utilizarse en contextos positivos. Son los elegidos por las redes sociales para animarnos a expresarnos. La idea no es solo que los mensajes respeten la máxima griceana de la calidad (que sean sinceros), sino que además sean abundantes. “Compartir” y “gustar” son las nuevas formas de estar en contacto. La evolución ha sido rápida. El origen está en los “weblogs” o “blogs”, término creado en 1999 por Jorn Barger para referirse a diarios digitales donde se relatan vivencias o pensamientos de interés (Wortham, 2007). En

⁴ Término acuñado por Manuel Castells al que volveré al hablar de “redes igualitarias”.

español se utiliza también la traducción “bitácora”. En ambos casos, la referencia a los diarios (“logs” en inglés) enlaza con una tradición de escritura de entradas relativamente extensas utilizadas para la reflexión. De ahí hemos pasado al “microblogging” de las redes sociales, con textos muy breves donde es más importante la conexión que la profundidad del contenido. La expresión lingüística que utiliza Facebook para interrogarnos es “¿Qué tienes en mente?” mientras Twitter opta por “¿Qué está pasando?”. Ambas preguntas son marcadamente generales y aceptan cualquier repuesta. La pregunta no es “¿Tienes algo interesante en mente?” o “¿Está pasando algo que merezca la pena contar?”. El propio Jorn Barger advierte ahora en su página personal que esta había empezado como “un sitio para publicar mis propios ensayos”, pero que ahora “ha evolucionado (o involucionado) a listas de enlaces y pensamientos breves”⁵].

La pausa ha dado paso a la velocidad. El vocabulario de Internet no engaña tampoco a este respecto. La Red no es un lugar en el que estar, sino un ciberespacio que “navegar” o “surfear”. Las páginas se “visitan” como si fueran espacios físicos a los que ir de paso. Quienes lo hacemos somos “internautas” o “cibernautas”, del griego «ναύτης», las personas que ejercen su profesión navegando en el mar. En este ritmo, “gustar” pierde peso como le pasa al concepto de “amistad”, hasta significar apenas una conexión puntual.

La premura se ha intensificado en los últimos años en que hemos pasado de un “mundo virtual”, al que entrábamos y salíamos a conveniencia, a una fusión de este con el físico en un mundo único que hemos bautizado como “realidad aumentada” (Hine, 2015). Lo virtual ha pasado a ser parte de lo real. Los aparatos electrónicos actuales son “wearables” o “vestibles”, es decir, son parte de nuestra presencia física. Estando siempre presentes, obligan a una atención sobre ellos más rápida y esporádica. Como explica Manuel Castells al diferenciarlo de los medios de comunicación anteriores, “no vemos Internet como vemos la televisión”, sino que “los usuarios de Internet [...] viven con Internet” (Castells, 2009).

Curiosamente la tendencia a compartir demasiado ha dado neologismos negativos en inglés que no se han tomado prestados en español. “Overshare” es, según el diccionario

⁵ La dirección es www.peterme.com

Webster, “una palabra nueva para un hábito antiguo que se ha convertido en increíblemente fácil con la tecnología moderna [...] que permite a la gente registrar y transmitir sus vidas”. Este mismo diccionario la declaró la palabra más importante del 2008 por su frecuencia de uso. Se trata de un término con una fuerte connotación negativa que además se utiliza frecuentemente de forma machista para censurar el comportamiento en Internet de mujeres. Aunque fuera utilizado por primera vez por la escritora Emily Gould en una columna de opinión en la que advertía de que la Red nos estaba haciendo exponernos en exceso, la actriz Lena Dunham (una de las víctimas más populares de este término) comentaba recientemente que ella creía que la palabra era “tan complicada porque está relacionada con el género. Me parece que decimos que los hombres están siendo valientes cuando comparten sus experiencias; cuando son las mujeres las que lo hacen, se les acusa de dar demasiada información” [6].

El verbo “unfriend” es otro neologismo negativo relacionado con las redes sociales que no ha tenido éxito en español. La traducción literal sería “enemistarse” (“desamistar a alguien”, como verbo transitivo en inglés) con el sentido de abandonar una relación de Facebook. Las dificultades para adoptar este neologismo son una prueba de que los rasgos del concepto original de amistad se han transferido al término cibernético. Añadimos y eliminamos amigos en Facebook con una facilidad que no es comparable a los procesos tradicionales. Cualquiera que no tenga aspecto de querer molestarnos puede ser apto como amigo en las redes sociales. Sin embargo, nos cuesta traducir esta ligereza a los términos negativos. Enemistarse con alguien, “hacer a alguien enemigo o perder la amistad” según el DRAE, es una acción conflictiva desde el punto de vista de la cortesía ya que agrede directamente la cara positiva del otro (Goffman, 1967). En español preferimos “dejar de seguir” a la otra persona (que es como lo expresa la plataforma tanto en español como en inglés), que tiene connotaciones más neutras.

Existe un desfase no resuelto entre lo fácil que nos ponen las plataformas el cambiar el estado de nuestras relaciones de amistad y el ritmo real emocional que esos cambios pueden requerir en las personas afectadas. La historia del concepto de amistad hace que las emociones implicadas sean muy complejas. El conflicto puede resolverse de dos

⁶ Artículo del 29 de septiembre de 2014, publicado con el título “Lena Dunham On Sex, Oversharing And Writing About Lost 'Girls'” en NPR. <http://www.npr.org/2014/09/29/352276798/lena-dunham-on-sex-oversharing-and-writing-about-lost-girls>

maneras. Si somos conscientes del marco semántico que estamos construyendo con el significado original de “amistad” alterado por nuestra experiencia en las nuevas plataformas, deberíamos tener una actitud cautelosa al aplicar una palabra con una carga tan importante y delicada a unos procedimientos que son nuevos, están diseñados por una empresa comercial y se aplican globalmente a nivel planetario. Si no somos conscientes de todo esto, es esperable que sea el significado de “amistad” el que se amolde definitivamente a estos nuevos usos.

5. BITS DE PAPEL

Una de las alegorías más productivas en la creación de nuevos términos, junto a la de Red, es la del escritorio. El intercambio de información a través de una reducción previa al formato digital ha pasado a nuestro imaginario utilizando el mismo vocabulario que utilizábamos en la comunicación analógica del siglo XIX. A las “interfaces gráficas de usuario” (“GUI”) con las que manejamos los sistemas operativos las hemos denominado “escritorios”. En estos tenemos nuestros “documentos” y nuestras “carpetas”. Si abrimos uno de los documentos con algún “editor”, veremos que contiene páginas y que podemos trabajar en él con “subrayadores”, “bolígrafos” y “pinceles” de distinto grosor, “tijeras” para recortar fragmentos e incluso un “portapapeles”. Leemos “libros electrónicos” y, cuando nos queremos deshacer de algo, lo tiramos a la “papelera”. Si queremos mandarle un mensaje a alguien, lo “enviamos” en un “correo” al que podemos “adjuntarle” otros documentos.

El efecto inmediato de la recuperación metafórica de estas palabras es la simplificación del uso de las nuevas tecnologías para los profanos en cuestiones informáticas. Todo el mundo entiende lo que es una página, un correo o un bolígrafo. El verbo “adjuntar”, por ejemplo, viene del participio de pasado latino “adjunctus” (“añadido”) y se lleva utilizando en español con el significado de incluir documentos a una carta al menos desde el s.XVIII [7]. Como mandamos correos con adjuntos, tenemos “direcciones” a las que enviarlos.

⁷ En el Corpus del Nuevo Diccionario Histórico del Español, encontramos el texto de José Celestino Mutis: “había muy pocas esperanzas de que mis cartas le llegaran por el correo. Le adjunté algunas descripciones de mapas, con un informe de mi reciente viaje a Cartagena” (1764).

Todos los procesos son intuitivos, pero también falsos. Un efecto secundario de este vocabulario familiar es exactamente el contrario al primero facilitador: las metáforas dificultan comprender qué está ocurriendo realmente en los dispositivos que manejamos. Lo intuitivo hace que los procesos sean opacos. La consecuencia no es solo que nos haga más ignorantes, sino también más indefensos ante varios peligros. La papelera es un ejemplo de ello. Cuando eliminamos un documento tirándolo a la papelera digital, su representación dibujada en nuestro escritorio pasa a verse llena de hojas arrugadas. Se nos muestra el primer paso del deterioro que, como en el mundo físico, se completará al retirar esa basura de la papelera. El problema reside en que nuestros documentos digitales no son objetos físicos. Su materia prima no es el papel. No se arrugan ni se rompen. Cuando los movemos a la papelera, en realidad solo logramos eso: moverlos. El paralelismo con nuestra experiencia física no se cumple porque no hay deterioro físico de aquello que queremos destruir. El documento sigue intacto y mantiene toda la información. Lo que nos muestra la GUI es una ilusión óptica. Incluso si vaciamos la papelera y los documentos desaparecen de nuestra vista, eso no implica que hayan pasado a estar en otro sitio, en una especie de vertedero digital, ni mucho menos que se hayan desintegrado. Están exactamente en el mismo lugar que antes, intactos. Lo que realmente ha ocurrido es que hemos marcado el espacio donde se almacena ese documento como disponible. Su dispositivo lo utilizará en el futuro para almacenar otra información si en algún momento le hace falta, pero no habrá cambios reales mientras tanto.

Este pequeño detalle le resultará especialmente familiar a quien, en una persecución judicial, se haya creído a salvo por haber eliminado la documentación almacenada en su ordenador. A pesar de lo que el vocabulario nos hace creer, la única forma que tenemos de destruir físicamente un documento digital es precisamente esa: destruirlo físicamente. Si queremos que sufran la misma degradación que un papel, el procedimiento es sencillo: debemos romper el disco duro y tirarlo a la papelera física.

Convertir los datos digitales en objetos tangibles crea también confusión sobre cómo se transmiten. La acción de enviar un correo electrónico no tiene ninguna similitud con ese equivalente tradicional al que en inglés han rebautizado como “snail mail” (“correo caracol”) por su lentitud frente a los emails. Tampoco es un proceso mágico como nos

podría hacer pensar la velocidad a la que se mueve la información y la aparente falta de medios necesarios en un contexto donde Internet es omnipresente. Hemos creado un imaginario poco menos que milagrero a través de la recuperación de un vocabulario tradicional para nombrar procesos que, si los pensamos en comparación con los sistemas a los que estas palabras hacían referencia hasta ahora, parece mágico.

La realidad es mucho más compleja e incluye riesgos para nuestra privacidad. La comunicación por email se parece más a la telefónica que a la de correos. Los datos viajan entre antenas en parte, pero sobre todo lo hacen a través de cables de fibra óptica enterrados bajo tierra y mar. Una consecuencia de esto es que resulta sencillo interceptar un mensaje o espiar un intercambio sin dejar huellas. Como ocurre con la voz telefónica, nuestros correos pasan por multitud de nodos y cables antes de llegar a su destino. Esas “autopistas de la información” no son propiedad pública en su mayoría, sino que están en unas (muy) pocas manos privadas (Peirano, 2015). La comunicación no es mágica; depende, de hecho, de que nadie corte un cable, algo que ha ocurrido en múltiples ocasiones dejando sin conexión a miles de personas, incluso accidentalmente. La confianza que depositamos en la integridad y privacidad de nuestros correos electrónicos debería parecerse a la que le otorgamos a nuestras llamadas telefónicas, no a las cartas en sobres de papel.

6. REDES IGUALITARIAS

Otra metáfora que afecta fuertemente a cómo nos comportamos es la propia Red. Funciona a varios niveles. El más evidente es la conexión que se establece entre diferentes páginas web a través de los “enlaces” o “hipervínculos”. Es lo que hace que hablemos de “hipertextos”, documentos que se encuentran vinculados de una manera más directa y estrecha de lo que lo pueden estar los textos en papel con sus referencias bibliográficas y sus notas a pie de página (Eisenlauer, 2015). Los hipertextos forman una red compleja y asimétrica en la que los enlaces no son necesariamente recíprocos.

El nombre de “Internet”, del latín “inter” (“entre”) y el inglés “net” (“red”), hace referencia a una conexión previa: la que se establece entre los dispositivos. Los ordenadores, teléfonos móviles, tablets y cada vez un número mayor de

electrodomésticos están conectados entre sí de modo que puedan compartir información. Forman una red que hemos denominado “el Internet de las cosas”. Kevin Ashton fue el primero en utilizar este término y con él daba valor de emisores a elementos que hasta entonces entendíamos como receptores o intermediarios en la comunicación (Ashton, 1999). El nombre elegido destaca, por lo tanto, que es el Internet *de las cosas*, no el Internet *de los seres humanos*, es decir, que son redes en las que quienes facilitan la información y quienes la reciben pueden ser todos aparatos electrónicos.

Intervengan personas o no en la comunicación, la metáfora elegida es la de una (inter)red. Por si esta imagen fuera poco visual, a veces utilizamos como sinónimo el término inglés para una red muy concreta, la “web” que forman las arañas. Todos los nodos de la telaraña son igualmente importantes. Todos están conectados con otros nodos a través de hilos. Esa es la forma, un grafo, de las redes de pescar o la que muestra el mapa de la red de metro. Una red es una estructura no jerárquica y sin un centro definido. La palabra, por lo tanto, provoca la ilusión de una estructura igualitaria, que se ha reforzado en el caso de *Internet* con otros neologismos que coinciden en esta dirección.

“Prosumidor” o “prosumer”, por ejemplo, son los términos para los actuales consumidores de medios de comunicación, convertidos en *pro(ductores)-(con)sumidores* [⁸]. Las nuevas tecnologías nos empoderan permitiéndonos crear contenidos y no ser solo receptores pasivos. Esta desjerarquización de los medios democratiza las herramientas para transmitir formas de ver el mundo más allá de las oficiales. Nos da la capacidad de “nombrar a través de la elaboración de códigos y lenguas creadas para definir la realidad, en los dos sentidos de constituir la simbólicamente y de reapropiarnos de ella, escapando así de las formas de representación predominantes” (Melucci, 1996). Es el nacimiento de los bautizados como “medios ciudadanos” (Rodríguez, 2001), cuyas tres características principales son la escasez de barreras para la participación, la organización espontánea e independiente de las lógicas corporativistas y su integración con otras facetas de la vida (Hamilton, 2000). La comunicación de masas convertida en algo cotidiano y accesible hasta

⁸ El marco semántico del consumo también merecería un análisis al aplicarlo a la relación que tradicionalmente hemos entendido entre emisores y receptores.

provocar “la autocomunicación de masas”, “redes horizontales de comunicación interactiva que conectan lo local y lo global en cualquier momento” (Castells, 2009).

Es probable que sea precisamente Manuel Castells el experto que con mayor nitidez ha explicado que el término “red” no debe confundirnos para asumir un igualitarismo favorecido por las nuevas tecnologías. Las redes de comunicación se componen de nodos con muy distintos grados de influencia y existen multitud de filtros que determinan el poder de cada uno en la estructura. Este poder se concreta en “la capacidad de constituir redes y de programarlas según los objetivos” y en la capacidad “para conectar diferentes redes y asegurar su cooperación compartiendo objetivos y combinando recursos” (Castells, 2009). Es cierto que algunos de los antiguos sistemas de control ya no sirven en la sociedad actual, pero es ingenuo pensar que ahora no existan jerarquías. Las capacidades que acabo de enumerar son el corazón de las estrategias de poder, que en la sociedad Red no es otro sino “el poder de la comunicación”.

El director del Instituto de Investigación de Medios y Comunicación de la Universidad de Westminster, el austriaco Christian Fuchs, distingue entre “eDominación” y “eParticipación” (Fuchs, 2014). Ambos conceptos son posibles dentro de las tecnologías de la información actuales porque estas ofrecen potencialidades tanto para la alienación como para la cooperación. Los medios tradicionales y las empresas tecnológicas han publicitado tanto las posibilidades positivas (facilidad de acceso a la cultura, abaratamiento de los sistemas de cooperación, el prosumo de los medios por un porcentaje importante de la población, etc.) que no nos hemos parado a reflexionar sobre la otra cara de la moneda. C. Fuchs las resume en “la apropiación de la web 2.0 por parte de las corporaciones dominantes, la fragmentación de la esfera pública y la creación de una élite alfabetizada en las nuevas tecnologías” (Fuchs, 2008). La palabra “red” oculta, por lo tanto, una estructura comunicativa jerarquizada.

7. NEOLOGISMOS PARA CIBORGS

Una forma de acercar las tecnologías a los consumidores es utilizando al ser humano como metáfora de su funcionamiento. Esta estrategia ha tenido una consecuencia

interesante en el ámbito informático. Al utilizar los mismos nombres para máquinas y personas, primero hemos asumido que las primeras tenían comportamientos similares a las segundas y después hemos pasado a pensar que las segundas podían replicar a las primeras. Hemos recorrido el camino desde las máquinas humanizadas hasta los humanos mecanizados.

La primera fase de este proceso ha dejado una colección de neologismos que equiparan a los ordenadores con seres biológicos. Decimos, por ejemplo, que los ordenadores tienen “memoria” cuando nos referimos a sus sistemas de registro temporal de datos. La metáfora es posible porque los dispositivos parecen recordar información ya que son capaces de grabarla y recuperarla. Sin embargo, el procedimiento es completamente diferente al que realizamos los seres humanos. Quizá la diferencia más esencial sea, una vez más, el carácter discreto de la acción artificial. Los datos se registran en su memoria en código binario como elementos independientes y acontextuales.

La “inteligencia”, en su caso artificial, es el otro rasgo mental que se le asume a los aparatos electrónicos. El concepto se relaciona con el sueño antiguo de máquinas capaces de emular las capacidades mentales del ser humano. Curiosamente el primer intento de definir seriamente esta capacidad para la informática, el artículo clásico “Ingeniería computacional e inteligencia” publicado por Alan M. Turing en el año 1950, ya la relacionaba con el lenguaje. Denominar “inteligencia” a lo que hacen los ordenadores ha provocado un debate filosófico interesante. ¿Por qué deberían juzgarse las capacidades de las máquinas tomando como elemento comparativo la inteligencia humana? Hace tiempo que los ordenadores son capaces de realizar tareas imposibles para cualquier ser vivo y, sin embargo, se considera un fracaso en su evolución que no sean capaces, retomando la propuesta de Turing, de emular nuestro comportamiento. La adopción del concepto de la singularidad por parte de Vernor Vinge (1993) sería la protesta más extrema contra esta metáfora. Este escritor de obras de ciencia ficción advirtió hace veinte años de la llegada de un tiempo en que las capacidades de las máquinas serían superiores a las humanas. Vinge no omitió, sin embargo, el término “inteligencia” en su predicción apocalíptica: “En treinta años, tendremos los medios tecnológicos para crear una inteligencia superhumana. Poco después, la era humana habrá terminado”.

La alegoría biológica llega al punto de imaginar ordenadores enfermos. Hemos creado “virus informáticos”, unos programas que comparten con los virus reales la capacidad de propagarse de un “cuerpo” a otro, el ser dañinos para la “salud” del anfitrión y el ser parasitarios. El paralelismo se llevó en inglés hasta el extremo diciendo que un ordenador infectado tenía *AIDS* (“A Infected Disk Syndrome”), normalmente contagiado a través del *SEx* (“Software Exchange”). Se han desarrollado, siendo coherentes con la alegoría, “antivirus” y “vacunas” para los sistemas informáticos.

Esos programas informáticos que denominamos “virus” no comparten las características más importantes con los virus que padecemos. Estos últimos han sido especialmente escurridizos para la investigación científica, que aún debate incluso si pueden ser considerados seres vivos por su dependencia vital de otros cuerpos. Los programas, aunque a menudo no tengan firma por su carácter ilegal, no son tan misteriosos ni en su composición ni en su intencionalidad. Al llamarles así, les otorgamos carácter natural e inexorable. Asumimos que deben estar ahí. También que deben ser eliminados. No solemos hacernos preguntas sobre su origen o sobre sus desarrolladores. Son cuestiones que nos pueden surgir al pensar en programas informáticos, no en virus.

La segunda fase del proceso provocado por la utilización de términos biológicos para los ordenadores es en la que somos nosotros quienes sufrimos la comparación con las máquinas. Los ordenadores se han convertido en la analogía dominante para comprendernos a nosotros mismos. Las conexiones cerebrales hacen casi inevitable la comparación con las redes, en nuestro caso neuronales, pero es interesante observar cómo hablamos también ahora de nuestra capacidad para “procesar” información, la posibilidad de “reprogramar” conductas o incluso de “desconectarnos” de los asuntos que nos preocupan.

La idea de construir ciborgs es un tema cada vez más candente tanto en el ámbito de las ingenierías como en el filosófico. La posibilidad se remonta a los años 60 con el nacimiento del nombre en inglés a partir de *cib(ernético)-org(anismo)* en un artículo en el que se defendía que “alterar las funciones corporales de un hombre para soportar las condiciones de los ambientes espaciales sería más lógico que intentar proveerle con un

ambiente terrenal en el espacio” (Clynes y Kline, 1960). Mientras se avanza a gran velocidad en el desarrollo de interfaces mente-máquina (MMIs), la unión ya se ha logrado en el diccionario. Los ordenadores son herramientas de trabajo que cumplen objetivos (como el de memorizar datos) sin aportes ni interferencias de las emociones ni de la serendipia. Por eso es ilusorio, o injusto, creernos la analogía y hablar de la “multitarea” o “multitasking” como una virtud de algunas personas o incluso un requisito laboral. Estos términos no existían antes de la era de la computación porque su significado no tiene sentido real fuera de las nuevas capacidades de los ordenadores. Estos aparatos fueron diseñados desde el principio de tal forma que pudieran realizar tareas en paralelo de modo que no hubiera que esperar a que se finalizara la primera para llevar a cabo las demás. Los seres humanos no tenemos ese talento dentro de nuestro peculiar diseño. Cuando decimos que somos multitarea porque leemos correos electrónicos mientras escribimos un texto en nuestro editor (y hacemos ambas cosas en medio de una reunión), nos estamos creyendo una analogía que es absurda si se obvia el vocabulario compartido y se comparan las formas reales de funcionamiento de un procesador informático y de una mente humana. Nosotros no podemos realizar tareas complejas simultáneamente con concentraciones independientes. No podemos, por poner un ejemplo conocido por sus consecuencias, conducir con atención plena mientras leemos los mensajes que nos llegan al teléfono.

8. CONCLUSIONES. NEOLOGISMOS COMO COMPORTAMIENTOS.

Los ejemplos muestran cómo la terminología que utilizamos para las nuevas tecnologías refleja y determina nuestro modo de comportarnos con ellas. Los neologismos son aceptados porque vienen impuestos por los intereses económicos de las empresas que comercializan los inventos y porque son atractivos y aparentemente intuitivos [⁹]. Sin embargo, a menudo provocan confusión en la interpretación de los procesos que representan. Su carácter intuitivo puede ser engañoso.

El uso de analogías a través de la utilización de palabras ya existentes relaciona las tecnologías con características que no les son propias. Lo he mostrado a través de cuatro

⁹ Un dato relevante a este respecto es que solo dos de las cien páginas web más visitadas en el mundo actualmente no pertenecen a empresas privadas con ánimo de lucro. Se trata de la Wikipedia (puesto 6º), WordPress (41º) y BBC (la única pública, 96º). Posiciones según el ranking de Alexa: <http://www.alexa.com/topsites>

ámbitos ejemplificadores. Las redes sociales han sido el primero. Los conceptos de red social y de amistad que se han adoptado en estas plataformas favorecen un comportamiento de sus usuarios confiado en exceso, sobre todo en cuestiones relacionadas con la privacidad. La metáfora del escritorio para denominar a las interfaces gráficas de usuario es otro ámbito en el que la analogía con el mundo predigital, en este caso el de los documentos en soporte físico, dificulta la comprensión de cómo se registra y transmite la información. El ámbito de las redes de comunicación, por su parte, impone una imagen igualitaria entre todos los participantes, diluyendo incluso los papeles de emisores y receptores en términos como el de “prosumidor”, y ocultando así la fuerte jerarquización que se mantiene en *Internet*. Por último, la metáfora biológica de los aparatos electrónicos ha tenido un doble efecto negativo no solo en el comportamiento hombre-máquina, sino también en la revisión de las capacidades de ambos. Hemos visto que, si bien en un primer momento sirvió para interpretar el funcionamiento de los ordenadores desde la perspectiva del cuerpo humano, en la actualidad aplicamos conceptos de los ordenadores (como su habilidad para realizar multitareas) a los seres humanos. De esta forma, la terminología común nos empuja a realizar comparaciones que son injustas en ambas direcciones: ni tiene sentido exigir una inteligencia artificial entendida como idéntica a la humana ni lo tiene el esperar que las personas puedan realizar varios trabajos complejos de forma simultánea.

Llama la atención comprobar cómo hemos obviado estas características de la terminología tecnológica a pesar del fuerte impulso que han tenido tanto el análisis crítico del discurso mediado por ordenador (CMDA) como el análisis lingüístico diacrónico, a menudo prescriptivo. Los casos descritos en este artículo nos animan a no limitar nuestros análisis a preocupaciones formales o etimológicas sobre estos nuevos términos, sino a encuadrarlos en sus contextos de uso para explorar los marcos cognitivos que están produciendo. Estos entran en conflicto a menudo con comportamientos pre-digitales y el vocabulario coincidente favorece una asimilación rápida y poca reflexiva. La tendencia a defender el uso del vocabulario ya existente en detrimento de los préstamos puede tener consecuencias perniciosas en cómo nos relacionamos en este mundo donde las tecnologías de la información son omnipresentes.

9. BIBLIOGRAFÍA

Albaladejo, T. (2007). “La lengua en la Red y la lengua de la Red: a propósito de la literatura en Internet”, en R. Sarmiento y F. Vilches. *La calidad del español en la red*. Barcelona, Ariel.

Álvarez de Miranda, P. (2013). “El léxico español, desde el siglo XVIII hasta hoy”, en R. Cano (ed.). *Historia de la lengua Española*. Barcelona, Ariel.

Ashton, K. (1999). “That ‘Internet of Things’ Thing”, en *RFID Journal*. <http://www.rfidjournal.com/articles/view?4986>

Aviram, I. e Y. Amichai-Hamburger. (2005). “Online infidelity: Aspects of dyadic satisfaction, self-disclosure, and narcissism”, en *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(3).

Birkerts, S. (2015). *Changing the Subject*. Minneapolis, Graywolf Press.

Brandom, R. (2000). *Articulating Reasons: An Introduction to Inferentialism*. Harvard, Harvard University Press.

Cantamutto, L. y C. Vela Delfa. (2015). “Problemas de recogida y fijación de muestras del discurso digital”, en *CHIMERA: Revista de Corpus de Lenguas Romances y Estudios Lingüísticos*, 2.

Cassany, D. (2012). *En línea*. Barcelona, Ariel.

Castells, M. (2007). “Communication, Power and Counterpower in the Network Society”, en *International Journal of Communication*. Vol. 1.

Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid, Alianza Editorial.

Clynes, M. E. y N. S. Kline. (1960). "Cyborgs and space", en *Astronautics*.
<http://web.mit.edu/digitalapollo/Documents/Chapter1/cyborgs.pdf>

Croft, W. y A. Cruse. (2004). *Cognitive Linguistics*. Cambridge, Cambridge University Press.

Crogan, P. (2010). "Knowledge, care and trans-individuation: An interview with Bernard Stiegler", en *Cultural Politics*, 6(2), 157-170.

Dawkins, R. (1976). *The Selfish Gene*. Oxford, Oxford University Press.

Drotner, K. (1999). "Dangerous Media? Panic Discourses and Dilemmas of Modernity", en *Paedagogica Historica*, 35.

Eisenlauer, V. (2015). *A Critical Hypertext Analysis of Social Media: The True Colours of Facebook*. Londres, Bloomsbury.

Evans, V. (2009). *How Words Mean*. Oxford, Oxford University Press.

Fernández Calvo, R. (2001). *Glosario básico inglés-español para usuarios de Internet*. ATI. http://www.ati.es/novatica/glosario/glosario_internet.html

Fillmore, Ch. J. (1982). "Frame semantics", en *Linguistics in the Morning Calm*. Seoul, Hanshin Publishing Co.

Fuchs, Ch. (2008). *Internet and Society: Social Theory in the Information Age*. Nueva York, Routledge.

Fuchs, Ch. (2014). *Social Media: A Critical Introduction*. Londres, Sage.

Garnham, N. (2004). "Information Society Theory as Ideology", en Frank Webster (Ed.) (2004) *The Information Society Reader*. London, Routledge.

- Givón, T. (2005). *Context as Other Minds*. Amsterdam, John Benjamins.
- Goffman, E. (1967). *Interaction Ritual: Essays on Face-to-Face Behavior*. Anchor Books.
- Grady, J. E., T. Oakley y S. Coulson. (1999). “Blending and metaphor”, en R. W. Gibbs y G. J. Steen (eds). *Metaphor in cognitive linguistics*. Amsterdam, John Benjamins.
- Graham, S. L. (2016). “Relationality, friendship, and identity in digital communication”, en A. Georgakopoulou y T. Spilioti. *The Routledge Handbook of Language and Digital Communication*. Nueva York, Routledge.
- Grijelmo, Á. (1998). *Defensa apasionada del idioma español*. Madrid, Taurus.
- Hamilton, J. F. (2000). “Alternative media: Conceptual difficulties, critical possibilities” en *Journal of Communication Inquiry*, 24, 357-378.
- Herring, S. C. (2004). “Computer mediated discourse analysis: an approach to researching online behaviour”, en S. Barab, R. Kling y J. Gray (eds). *Designing for virtual communities in the service of learning*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Hine, Ch. (2015). *Ethnography for the Internet*. Londres, Bloomsbury.
- Lakoff, G. y E. Sweetser. (1994). Prólogo en G. Fauconnier. *Mental Spaces*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Langacker, R. W. (1991). *Foundations of Cognitive Grammar. Descriptive Application*. Stanford, Stanford University Press.
- Lindgren. S. (2013). *New Noise. A Cultural Sociology of Digital Disruption*. Nueva York, Peter Lang.
- Mancera, A. y A. Pano. (2013). *El discurso político en Twitter*. Barcelona, Anthropos.

Melucci, A. (1996). *Challenging Codes: Collective Action in the Information Age*. Cambridge, Cambridge University Press.

Moore, T. y C. Carling. (1982). *Understanding language: towards a post-Chomskyan linguistics*. Londres, Macmillan.

Pano Alamán, A. y P. Moya Muñoz. (2015). “CorpusRedES. Proyecto de creación y anotación de un corpus de comunicación mediada por ordenador en español”, en *CHIMERA: Revista de Corpus de Lenguas Romances y Estudios Lingüísticos*, 2.

Peirano, M. (2015). *El pequeño libro rojo del activista en la red*. Madrid, eldiario.es

Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la lengua española* (23.^a ed.).

Rendueles, C. (2013). *Sociofobia*. Madrid, Capitán Swing.

Rodríguez, C. (2001). *Fissures in the Mediascape*. Cresskill, Hampton.

Turing, A. M. (1950). “Computing machinery and intelligence”, en *Mind*, 59.

Vinge, V. (1993). “The Coming Technological Singularity: How to Survive in the Post-Human Era”, en *Whole Earth Review*, Winter 1993.

Worden, R. P. (2000). “Words, Memes and Language Evolution”, en C. Knight, M. Studdert-Kennedy y J. R. Hurford. *The Evolutionary Emergence of Language*. Cambridge, Cambridge University Press.

Wortham, J. (2007). “After 10 Years of Blogs, the Future's Brighter Than Ever”, en *Wired*, http://archive.wired.com/entertainment/theweb/news/2007/12/blog_anniversary

* * *

Manuel Alcántara Plá es profesor del área de Lingüística general de la Universidad Autónoma de Madrid. Está especializado en el estudio del significado en el habla y en la comunicación mediada por dispositivos digitales. Ha trabajado en el Deutsches Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz (DFKI) de Saarbrücken y en el Österreichisches Forschungszentrum für Artificial Intelligence (OFAI) de Viena, y realizado estancias de investigación en el Human Communication Research Center (HCRH) de la Universidad de Edimburgo, en el Laboratorio de Linguistica Italiana de la Universidad de Florencia y en la Sede del Atlántico de la Universidad de Costa Rica (UCR). Ha participado en diversos proyectos europeos y nacionales centrados en el estudio del significado lingüístico y en el análisis de corpus. Actualmente dirige el proyecto nacional “Estrategias de encuadre y articulación del discurso político en 140 caracteres” sobre la comunicación de marcos conceptuales a través de la red social Twitter, y el proyecto UAM/Banco Santander “Desarrollo del primer corpus digital de habla espontánea de la lengua indígena bribri” en colaboración con la UCR. Ha co-dirigido en tres ocasiones el International Workshop on the Semantic Representation of Spoken Language (Salamanca 2007, Atenas 2009 y Estambul 2011) y co-edita la revista internacional CHIMERA: Revista de Corpus de Lenguas Romances y Estudios Lingüísticos.