

## ACTITUDES LINGÜÍSTICAS Y MODELOS DE LENGUA EN LA RED

Morala Rodríguez, J.R. (2003), "Actitudes lingüísticas y modelos de lengua en la Red" en *Norme Linguistique et Société*, sous la direction de José Carlos Herreras, Recherches Valenciennoises, n° 12, CRESLE / Presses Universitaires de Valenciennes, 2003, 237-261 [texto presentado en 1999]

ISSN: 0760-5641

ISBN: 2-905725-64-8

### Biblioteca

Internet, con un crecimiento imparable y con unas características bien distintas a las del resto de los medios, se ha convertido en el medio de comunicación que caracteriza este final de milenio. Desde el punto de vista de la lengua quizá lo más novedoso es que no se trata de un medio –como ocurre por ejemplo con la TV, la radio o la prensa escrita– en el que los contenidos, elaborados por unos pocos, son consumidos de forma masiva. En la Red el acceso está generalizado pero no sólo para quienes leen los mensajes sino también para quienes los crean. Cualquiera puede colocar su página sin más requisito que unos mínimos conocimientos técnicos y el lector elige lo que quiere leer, hace su propio recorrido. Las nuevas tecnologías nos ofrecen, en palabras de J. A. Pascual<sup>1</sup>, “la posibilidad de romper con la exagerada dependencia que ha existido hacia las ideas de los grandes grupos de intereses que controlan los productos salidos de la imprenta”.

En los medios tradicionales prima un modelo de lengua –siguiendo en ocasiones el libro de estilo de la empresa– que se expande hacia los consumidores. En Internet, por el contrario, hay tantos modelos como decidan utilizar los múltiples autores de las páginas. En el caso de la radio o la TV el medio sabe a quien se dirige, su ámbito de difusión es siempre limitado geográficamente y puede tratar de adecuar el modelo de lengua que utiliza al usado por sus oyentes o espectadores. En Internet, por el contrario, no hay límites geográficos: se trata de un medio de comunicación de ámbito global y, cuando una persona pone un texto en la Red, no sabe si lo va a leer alguien de su entorno social o geográfico más cercano o alguien desde las antípodas.

---

<sup>1</sup> J. A. Pascual, “Escándalo o precaución. Sobre el futuro de nuestra lengua”, en Marqués de Tamarón, El Peso de la lengua española en el mundo, Valladolid (1995), p.158.

Ahora bien, ¿en qué medida influyen circunstancias como éstas a la hora de elegir el modelo de lengua con el que uno se expresa en la Red? La respuesta no es desde luego simple y caben posibilidades tan diversas como la diversidad que engloba la propia Red. De un lado, la multiplicidad de autores hace que nos encontremos en la práctica con todos los modelos de lengua posibles. La inmediatez del medio propicia, por ejemplo, un uso de registros coloquiales –con la enorme variabilidad que eso implica para una lengua de ámbito tan extenso como el español– que no es fácil hallar en otro medio. Pero, al mismo tiempo, tenemos el caso contrario: el carácter globalizante de la Red está muy presente en quienes tratan de eliminar localismos y elaborar mensajes que intentan acercarse lo más posible a un modelo de español que podríamos denominar español neutro o estándar.

Partiendo de estos principios, la Red se constituye en una inmejorable atalaya para la observación y el análisis de lo que, en la terminología de E. Coseriu, se conoce como la *arquitectura de la lengua*. Variantes de tipo diastrático o diatópico se manifiestan aquí en una mezcla aparentemente caótica que, con las herramientas de trabajo que ofrece el propio medio, podemos intentar ordenar y analizar con cierto detalle. En un campo de trabajo tan vasto me voy a fijar aquí en dos únicos aspectos. De un lado, la actitud que muestran los usuarios hispanos de la Red ante la posición que ocupa el español y su relación con otras lenguas, lo que equivale a decir, hablando de Internet, su relación con el inglés, la lengua omnipresente en este medio. De otro, analizaré, a través de unos pocos ejemplos, la actitud que toman los internautas hispanohablantes ante su propia lengua: el modelo de lengua por el que optan, la postura ante el modelo normativo, la preferencia por las variantes estándar... etc.

#### LAS ACTITUDES LINGÜÍSTICAS DE LOS HISPANOHABLANTES:

##### EL PUESTO DEL ESPAÑOL EN LA RED

A la vista de los datos estadísticos sobre la presencia de las distintas lenguas en la Red y el dominio casi monopolizador que en ella tiene el inglés<sup>2</sup>, no extraña que uno de los planteamientos lingüísticos que con más frecuencia se da entre los hispanohablantes presente una mezcla de rebeldía ante el dominio del inglés y de intento por abrir espacios propios en castellano.

<sup>2</sup> P. Maestre (“La utilización de las diferentes lenguas en Internet”, en *El Español en el Mundo, Anuario del Instituto Cervantes*, 1999. Madrid, 1999, pp. 187-239) da, para septiembre de 1998, un exiguo

Estas ideas, expresadas más o menos claramente, constituyen el rasgo prioritario de algunas de las páginas hispanas más conocidas de Internet. En muchos de estos casos, empezando por el propio nombre y siguiendo por la denominación que de sí mismos hacen o por los símbolos gráficos utilizados, queda, desde el primer instante en que accedemos a una página, manifiestamente clara la actitud de sus creadores tanto en el plano estrictamente lingüístico como en el sociológico o cultural.

Dejando a un lado las páginas institucionales creadas con este fin, es el caso de sitios ya veteranos en su empeño por abrir espacios al español en la Red como *Mundo Latino* o *CIVILA*, acrónimo de *Ciudades Virtuales Latinas*, o el de otros de vida más efímera pero que dejan bien claro en su presentación el interés por el español, como una página española denominada *Numancia* que se define como una ciudad virtual cuyo idioma es el castellano “o, mejor dicho, no es el inglés. Ya está bien de que en internet haya que moverse siempre en inglés ¿no?”. Lo mismo se puede decir de otros muchos sitios como *Liga Latina*, ahora fuera de servicio, preocupado tanto por el español como por el portugués; *Universo Latino*, cuya intención declarada es la de “unificar esfuerzos en medio de tantos sitios en inglés”; *Movimiento en apoyo del idioma español en Internet*, cuya denominación no precisa mayores aclaraciones respecto a su objetivo. En otras ocasiones se opta por la vía irónica como ocurre en la *web* de una revista estudiantil, *Campus*, en la cual, parodiando las muchas páginas hispanas que, en aras de una mayor audiencia, incluyen una versión en inglés, se coloca también el consabido enlace de *english version* pero que desemboca en una página en la que, ocupando toda la pantalla, aparece el siguiente texto *Y un carajo en inglés*. Otra página española con un planteamiento similar: en la página de entrada de *Andercheran* figura este mensaje: *Do you want the english version? Pos buscala a ver si la encuentras*.

Pero quizá donde mejor se pueda pulsar la postura de los hispanohablantes ante este asunto sea en los foros de debate y en lo que se conoce como libro de visitas que incorporan muchas de las páginas de la Red y donde se recogen los mensajes dejados por los lectores. Es el caso del Primer Congreso de la Lengua Española, celebrado en Zacatecas (México) del 7 al 11 de abril de 1997, que se dedicó precisamente al estudio de *La Lengua y los Medios de Comunicación* y en el que la estrella de la polémica fue, sin duda, la propuesta lanzada en la ceremonia inaugural por Gabriel García Márquez de reformar la ortografía del castellano para acercarla más a la lengua hablada. Casi inmediatamente se abrieron diversos foros de debate en muy diversos medios pero especialmente en Internet, en los que las más diversas gentes vertían sus opiniones sobre la propuesta del Nóbel colombiano o sobre cualquier otro aspecto del Congreso.

Uno de ellos, el denominado *La evolución de la lengua española*, alojado en las páginas de *El País* en su edición digital, estuvo abierto durante más de un año, generando y recibiendo colaboraciones de todo tipo<sup>3</sup>.

Otro de esos foros, el que propició la propia página oficial del Congreso en Internet recogía en su *Libro de Visitantes*, confeccionado con los mensajes recibidos por correo electrónico, una curiosa variedad de opiniones lingüísticas. Con misivas mayoritariamente procedentes de México, pero también del resto del ámbito hispano, hay en este *Libro* pareceres diversos tanto sobre la reforma de la ortografía como sobre la misma conveniencia de organizar dicho congreso. Pero aquí y allá se deslizan, a veces de forma abierta, a veces de modo muy solapado, casi inconsciente diría yo, las más variadas opiniones de lo que los hispanohablantes piensan de su propia lengua. Este aspecto es el que me interesa ahora. Será como tener una pequeña muestra sociológica del concepto que tienen respecto de su lengua algunas de las personas que la utilizan. Personas, dicho sea de paso, que no pueden considerarse representativas del común de los hispanohablantes, ni siquiera del hispano culto que está informado a través de la prensa. Sí podrían serlo, sin embargo, del usuario de Internet, medio por el que les llega la información del Congreso y mediante el que hacen llegar sus propias opiniones a los organizadores.

Pues bien, quizá la idea más generalizada que se repite una y otra vez entre estos comunicantes sea la de la **defensa** del idioma. Da la impresión de que una parte de los hispanos sienten su idioma amenazado y se aprestan a defenderlo con proclamas contundentes. Por otro lado, otra de las opiniones que se repiten en varios de los comunicantes es un sentimiento de **orgullo** y de identificación con el resto de los hispanohablantes, residan donde residan. Todos parecen sentirse identificados por un pasado cultural común que, por el mero hecho de existir, ha creado un vínculo tan fuerte como para dar lugar a una arraigada conciencia de grupo.

Una y otra postura pueden analizarse como las dos caras de la misma moneda: la lengua es el nexo que hace participar al individuo de una prestigiosa cultura colectiva y eso hace que se tome como la máxima expresión de ese vínculo al grupo. Cuando esa persona entiende que la lengua está amenazada, trata de defenderla pues así está defendiendo también su pertenencia al colectivo y la propia existencia del mismo. Esta actitud de preocupación por la lengua española y el orgullo de sentirse usuario de ella es lo que aparece bien claramente reflejado en los mensajes remitidos por los internautas a

---

<sup>3</sup> *EL País digital*, que mantiene una atención especial a los problemas del español y de Internet, tiene en estos momentos abiertos otros dos foros, *El ciberespacio hispano* y *El dardo en la palabra* –creado éste sobre los artículos que mensualmente publica F. Lázaro Carreter– en los que, aunque el objetivo es distinto, muchas de las opiniones inciden en los mismos problemas que se plantearon en el foro derivado del Congreso que tuvo lugar en Zacatecas.

los organizadores del citado Congreso de Zacatecas. He aquí algunos de los ejemplos más significativos:

- **Defendamos** nuestra lengua de las influencias extrañas, no permitamos que lo eliminen, ni que lo mancillen (México DF)
- El idioma es de todos, y yo agregaría que precisamente por ser de todos debemos estar dispuestos a defenderlo (Venezuela)
- Este congreso sirve para defender al idioma español (Baja California, México)
- Como joven se me hace muy importante mi idioma ya que se está viendo una desaparición de nuestra lengua en los medios de comunicación, y sobre todo el INTERNET (Guadalupe, México)
- Ojalá que las conclusiones [del Congreso] ayuden a perpetuar nuestro idioma para que limitemos la penetración de la lengua inglesa en nuestra vida cotidiana (México)
  
- Nos sentimos **orgullosos** de nuestras raíces indígenas e hispánicas (México DF)
- Siento que es una lengua muy completa y bonita y estoy orgulloso de ser de habla hispana (Panamá)
- La fortuna de estar 'entroncados por la lengua', pues este entroncamiento nos permite mantener la vigencia de nuestra cultura (Caracas, Venezuela)
- Espero [que el Congreso] nos ayude a reafirmar nuestra identidad hispana (...) Hablémoslo (el español) y escribámoslo correctamente, no lo deformemos y no enfadaremos a nuestros sentidos, sí, sentidos, pues el español se habla, se ve, se escucha, se huele, pero sobre todo se siente. (Zacatecas, México)

Uno de los casos que resulta más llamativos es el de un estudiante universitario de origen hispano, pero de nacionalidad norteamericana, que se queja de que hasta que llegó a la universidad nunca encontró el nombre de un escritor hispano en sus libros de texto. Y, en un casi lamento, añade:

"En la universidad es donde finalmente me encontré con nombres como Paz, Fuentes, Cervantes, García Márquez, Borges ... etc. Esos escritores me SALVARON LA VIDA (*sic*). Estaba a punto de perder mi identidad como mexicano ... latino ... hispano ... y americano. Ahora soy orgulloso de hablar y escribir (un poco), Y Leer en un idioma familiar ... el español" (San Francisco, California)

¿Qué significan todo estos ejemplos? Pues, pese a no ser una muestra sociológicamente válida de las actitudes lingüísticas del conjunto de los hispanohablantes, creo que sí debe resultar ilustrativa la reiterada repetición de esas dos ideas que resumía hace un momento: de un lado, la **defensa** del idioma asumida por los propios hablantes como algo personal, sin necesidad de recurrir a las instituciones. De otro, el **orgullo** de sentirse partícipe, a través precisamente de la lengua, de una riquísima cultura común.

Contra lo que pudiera pensarse, no se trata, a mi entender, de una actitud pasajera o circunstancial provocada por el amplio seguimiento de los medios de comunicación y el clima de opinión que pudiera haberse creado en torno al Congreso de Zacatecas. Ideas similares siguieron apareciendo, tras la ponderada reflexión a la que obliga el paso del tiempo, en el foro de *El País digital* al que aludía arriba. Al lado de

sesudas intervenciones filológicas, aparecen otras que más parecen encendidas proclamas, algunas de ellas incluso expuestas en términos propiamente militares:

- [Hay que] asumir una postura agresiva para que sobreviva [la lengua española] (...lograrlo) es el resultado de una batalla política, cultural y económica de envergadura (Lima, Perú, 19-III-98)
- Nuestra lengua sirve para unir a todos los pueblos hijos de España en un vínculo común (Trujillo Alto, Puerto Rico, 14-II-98)
- Por estos pagos nos sentimos orgullosos de hablar castellano (Caracas, Venezuela, 24-III-98)
- La lengua es un tesoro, el orgullo de una comunidad (Reus, Tarragona, Es 20-III-98)
- [Aceptar las propuestas de reforma ortográfica] haría que nuestro lenguaje perdiera linaje y estuviese a merced de potencias extranjeras que nos quieren transculturizar (Coro, Venezuela, 13-I-98)
- [Tengo] un grandísimo orgullo por mi idioma (...) Hermanos, vibrando pregonó lo sublime de nuestra lengua. El idioma (...) es una especie de alma verdadera pero de un pueblo, por eso los que hablamos español somos en síntesis los mismos (3-I-98)
- ... debemos defender el español quienes tenemos *por madre* a esta lengua (Bogotá, Colombia, 29-XI-97)
- Nuestro idioma en las últimas décadas ha sido invadido por la corriente extranjerista de vocablos mercadológicos impuestos por los bienes de consumo que de las potencias mundiales en idioma inglés recibimos día a día (Santo Domingo, Rep. Dom., 27-XI-97)
- Luchemos por mantenerlo [el castellano] antes que el inglés monopolice todos los medios (Sydney, Australia, 19-XI-97)

No muy diferentes son los textos que los visitantes dejan en los servidores del tipo de *Mundo Latino*. Frases como las siguientes ofrecen pocas dudas respecto al pensamiento de quienes las utilizan:

- Me gusta que se hable español en la red
- Es excelente que haya espacios para los latinos
- Gracias por darnos la oportunidad a todos los latinos
- Tenemos que crear más lugares en español
- Buena iniciativa, que no sea todo de tío Sam y sus secuaces
- Hispanos p'arriba
- Hispanohablantes del mundo UNIOS

Para finalizar esta muestra, comentar que no falta alguien con buen humor que añada a su comunicado una línea entera rebosante de EÑES en mayúscula, actitud que, sin necesidad de mayores aspavientos retóricos, deja perfectamente clara cuál es la postura lingüística de la remitente, en este caso una mujer que escribe desde Argentina. No es el único caso. En todos estos foros es fácil encontrarse con mensajes en los que no faltan las referencias dedicadas a la Ñ: *la bellísima EÑE, nuestra querida eñe, nuestra personalísima "ñ"*. En realidad, cada vez está más claro que esta grafía se ha convertido en santo y seña del español en



Internet y no debe extrañar, por tanto, que un icono<sup>4</sup> confeccionado con esta letra peculiar del alfabeto hispano presida un buen número de páginas *web* en las que se juega decididamente con esas ideas de defensa y orgullo lingüísticos a las que aludía arriba.

Claro está que convendría ser prudentes a la hora de valorar esta aparente pasión por la defensa de la lengua española y el interés por mantenerla lo más pura posible<sup>5</sup>. En realidad esas proclamas, especialmente las que tienen el cariz de inmediatez que da el correo electrónico, son poco consecuentes con sus postulados y algunas están plagadas de incorrecciones ortográficas o sintácticas o, más llamativo aún, usan constantemente toda la panoplia léxica de anglicismos propia de las nuevas tecnologías.

Hay aún una última sombra de duda sobre la actitud de los hispanohablantes que más posibilidades tienen o han tenido de influir en Internet. Quienes gustan de analizar estos asuntos en términos casi militares de defensa lingüística y de trinchera cultural, lo denominarían a buen seguro *primera línea de fuego*: ¿qué es lo que ocurre con el español en Estados Unidos? O, para ser más exactos con el asunto que aquí me ocupa, ¿Cuál es la actitud ante la lengua de los internautas hispanos de Estados Unidos? ¿Es la lengua –como siempre se ha dicho– el gran vínculo cultural que permite unir bajo un mismo apelativo a quienes proceden de México, del Caribe, de Colombia o de Centroamérica? La realidad que se atisba a través de Internet no resulta tan halagüeña como cabría esperar de hacer caso a las voces que machaconamente aseguran el inmejorable estado y el imparable progreso del español en Estados Unidos. Todo ello a cuenta siempre de los treinta millones de hispanos que se calcula que hay en estos momentos en dicho país. Si nos atenemos a lo que es posible localizar en la Red, es verdad que desde instancias anglosajonas se pone de relieve con frecuencia la necesidad, por un mero principio comercial, de traducir al castellano las páginas en inglés si se quiere acceder al importante mercado hispano. Así ocurre en efecto con muchas páginas que se dirigen directamente al consumidor: cuentan con una versión del

<sup>4</sup> Utilizada inicialmente por la Agencia EFE, esta Ñ, con aspecto de tecla de máquina antigua de escribir, ha sido después copiada por otras muchas páginas relacionadas de alguna forma con la lengua española. Desde otras más se han creado logotipos similares que representan o recuerdan esta letra característica del español, convertida ya en símbolo inconfundible del español en la Red.

<sup>5</sup> Un buen ejemplo de la actitud ante la lengua nos lo ofrecen algunas de las encuestas de *Mundo Latino*: en una de ellas preguntó a sus visitantes qué podrían hacer para mejorar su *web* dando de antemano cinco posibles respuestas. Pues bien, pese a que el tipo de internautas que se acercan a *Mundo Latino* son presumiblemente gentes preocupadas por lo hispano y por la propia lengua española, los porcentajes de las respuestas no dejan muchas dudas. El uso correcto del castellano es lo que menos les interesa: sólo un 5% lo eligen:

Más información y secciones nuevas	68
Mayor velocidad	14
Diseño gráfico	7
Controlar mejor los foros y tablonas	6
El uso correcto del castellano	5

sitio, cuando menos parcial, en español, en un español, eso sí, que con demasiada frecuencia parece producto de programas de traducción automática. Una buena prueba del sentido práctico siempre achacado al mundo anglosajón. Pero para calibrar la presencia hispana en la Red estadounidense es preciso analizar con cierto detenimiento las páginas producidas por y para internautas hispanos.

En este sentido, creo que puede resultar ilustrativo el análisis de la página *web* de *Hispanos Unidos* que constituye, a mi juicio, un ejemplo bien representativo de la actitud lingüística de los hispanos en Estados Unidos, aunque, para ser exactos, habría que precisar de los hispanos que se mueven en la Red.



Todo en esta *web* rezuma sentido de grupo étnico y de minoría en actitud defensiva. Todo indica que se trata de una página genuinamente hispana en USA. Desde el mismo nombre del sitio *Hispanos Unidos*, con un curioso guiño lingüístico hacia lo que sería una expresión más denotativa del tipo de *Hispanos en Estados Unidos*, en el que se deja bien claro el sentido de grupo social con vínculos comunes, hasta el logotipo que preside la página. En él figuran las banderas de los veinte<sup>6</sup> países hispanoamericanos que tiene el español como lengua oficial, unas palmeras<sup>7</sup> –que luego sirven también de fondo para la página– y, junto al nombre del sitio, la bandera de Estados Unidos pero con una sutil variación que incluso puede pasar desapercibida a primera vista: las barras de la bandera no alternan los colores blanco y rojo como en el original, sino que se forman combinando los colores rojo y amarillo, los mismos de la bandera española. Si antes hablaba de un guiño lingüístico, ahora tenemos su paralelo gráfico, pero ambos en

<sup>6</sup> Son relativamente frecuentes en la Red los iconos que juegan con las banderas de España y de los 19 países hispanoamericanos que tienen el español como lengua oficial para representar páginas referidas al castellano. Siempre falta en estos casos cualquier posible referencia a Guinea, Filipinas... etc.

<sup>7</sup> Las palmeras –como cualquier referencia visual que pueda asociarse al mundo del Caribe– son uno de los iconos que aparece con cierta frecuencia en páginas de Estados Unidos para identificar el mundo hispano, incluida la lengua. *Vid.* J.R. Morala, “[Símbolos culturales e iconos de idioma en Internet](#)”, *Actas*

la misma dirección, identificar la minoría hispana –proceda de donde proceda– que vive en USA.

Si con esos datos quedaba alguna duda sobre el carácter del sitio y las gentes a las que se dirige, ésta se despeja inmediatamente al leer la presentación que se hace en la propia *web*, donde se deja bien claro que la página “está dedicada a servir la comunidad Hispana”:

*'Hispanos Unidos'* es un lugar donde nuestra comunidad pueda anunciar sus negocios, obtener informacion sobre educacion de trabajo (Job Training), anuncios y prospectos de trabajo, su salud o bienestar, entretenimiento y compras de productos y servicios de los participantes Hispanos en su area. Nosotros tambien podemos ofrecerle un "Forum" donde se pueda obtener noticias, comerciales y informacion que nos afecta y combiene como Hispanos.

Entonces, antes que usted tome un paso, emplee una persona o compres productos y servicios de otra persona, por favor revise nuestra lista y apoya a 'Nuestra Comunidad Hispana'.

Extrañará seguramente a oídos puristas –aunque no tanto a los internautas medianamente duchos en la materia– el español manejado en la página pero mucho más extraña comprobar que, tras toda esta parafernalia de símbolos y declaraciones de principios hispanos, resulta que la página está hecha casi exclusivamente en inglés. Así ocurre en la página principal, desde la que no hay indicación alguna para acceder a la versión en español, aunque sí curiosamente a la inversa. En inglés están las indicaciones para moverse por la página, en inglés los contenidos e, incluso, la inmensa mayoría de las comunicaciones que enseñan en su libro de visitas aunque, todo es preciso decirlo, alguna de estas comunicaciones en inglés acaba con un contundente *Que viva la raza hispana!!!* Lo más genuinamente hispano, junto al título mencionado, son los apellidos –no tanto los nombres– de quienes hacen la página o se comunican con ellos: Álvarez, González, Lozada, Tirado, Irizarry... etc. el resto está prácticamente todo en inglés cuando, por los antecedentes expuestos, cabría esperar no sólo ya el uso del español como vehículo de expresión más adecuado, sino incluso la defensa efectiva del castellano como vínculo unificador de la comunidad hispana.

No se trata de un ejemplo aislado. Son muchas las páginas que, como ésta, se dirigen a hispanos o son el órgano de expresión de grupos hispanos pero están escritas mayoritaria o completamente en inglés: *LaRed Latina*, *Latinolink*, *La voz latina*, órgano de expresión de la *Latino Student Union* de la Univ. de Maryland, *Zona Latina*, *HACER*

(*Hispanic Association for the Cultural Enrichment at Rice*), *La Plaza telecommunity*, *Voz Fronteriza*, *El Club Hispano*, *Coro Hispano de San Francisco...* etc.

Una curiosidad estadística que resulta bien significativa a este respecto: el buscador *Altavista Magallanes* localiza una secuencia como *la raza* casi tantas veces en páginas en español (6.915 documentos) como en inglés (6.847), con un diferencia clave: en español esta secuencia se utiliza de forma denotativa y aparece mayoritariamente en páginas referidas a todo tipo de animales, especialmente domésticos, y a la diversidad de razas que en ellos se pueden identificar. Por el contrario el hispanismo *la raza* aparece en páginas escritas en inglés como nombre de referencia para contenidos hispanos: *La Raza on line*, *La Raza Law Journal*, *Instituto Laboral de La Raza*, *El Centro de la Raza*, *La Raza unida*, *Centro Legal de la Raza*, *La Raza Manifiesto of Chicano Students* o *CyberRaza*.

La sorpresa salta cuando uno se acerca a estas páginas y descubre que, pese a su denominación, tan rotunda y llamativamente hispana, muchas de ellas están exclusivamente en inglés. Más extraño aún si tenemos en cuenta que, por sus contenidos, son páginas que van claramente dirigidas a la minoría hispana o latina. A veces, incluso, cargadas de reivindicaciones del componente cultural latino o hispano. Pero están escritas en inglés. Hay en estos casos una tipología común en lo que se refiere al uso del español: en vez de echar mano del castellano como vehículo de expresión lingüística, papel que cumple el inglés, el español se utiliza como marca de identificación del grupo que hace o al que se dirigen los contenidos de la página. En español están, como en el ejemplo que hemos visto, los titulares de la página, pero para transmitir los contenidos se prefiere luego el inglés. De este modo, el español, usado de forma fragmentaria y residual en este tipo de páginas, queda relegado a servir de marca de identificación pero carece de la función primaria de una lengua, la de servir de medio de expresión. No puedo detenerme ahora en más detalles, pero datos como éstos demuestran de forma palpable que la *inmejorable salud* del español en EEUU, a la que con tanta frecuencia se refieren los estudiosos y los medios de comunicación, tal vez no sea tan boyante.

Es verdad que no se puede generalizar la actitud de los internautas hispanos que viven en Estado Unidos al conjunto de los hispanos de ese país. Pero no deja de ser significativo que una minoría –que, de acuerdo con los parámetros más generales de Internet, será una minoría más culta, más joven, más urbana y con mayor nivel

económico y, por todo ello, más influyente— prefiera el inglés como medio de expresión, relegando al español únicamente a una marca de identificación cultural.

Es decir que, al lado de quienes mantienen la lengua como vínculo de cohesión cultural y como referencia a su pasado y, lo que es más importante, como medio habitual de expresión, hay otros hispanos que paulatinamente la han ido abandonado. En este sentido, Internet puede ser, como se ve, un buen termómetro para medir la realidad del español en USA. En todo caso, estos datos no hacen sino confirmar la postura de algunos investigadores que, frente a la euforia general, prefieren mantener una duda razonable sobre la situación real del español en Estados Unidos. Me refiero, por ejemplo, a H. López Morales<sup>8</sup>, quien llama la atención sobre la frecuencia con la que se confunde el significado étnico del término *hispano* con un un pretendido valor lingüístico, o a Amparo Morales quien, en el último informe del Instituto Cervantes, tras constatar la pujanza del español en USA, no despeja una sombra de duda sobre el progresivo desplazamiento generacional al inglés de los inmigrantes hispanos<sup>9</sup>.

#### LOS MODELOS DE ESPAÑOL EN LA RED

Dejemos ahora a un lado lo relativo al español frente a otras lenguas para tratar de conocer algo más sobre las diferentes variantes del español por las que optan los hispanohablantes que se expresan en la Red. Resulta aparentemente muy fácil medir la frecuencia con la que los textos en castellano accesibles en Internet prefieren una de las diversas modalidades que dentro del español se pueden aislar. El sistema más simple pasa por elegir varias palabras o expresiones que permitan identificar cada una de esas modalidades y dedicarse a realizar estadísticas de uso con alguno de los buscadores<sup>10</sup> que mejor se adaptan a este fin.

---

<sup>8</sup> “Algunos confunden estas cifras poblacionales con la de hablantes de español; sin embargo hay que advertir que esta transferencia es inadecuada, puesto que *hispano* es un término étnico, no lingüístico, y no es nada segura la identidad entre ellos: hay hispanos que no hablan su supuesta lengua materna, y otros (cuyas cifras desconocemos) que son semihablantes en esta lengua” H. López Morales, *La aventura del español en América*, Ed. Espasa, Madrid, 1998, p. 218.

<sup>9</sup> A. Morales, “Tendencias de la lengua española en EE UU”, en *El Español en el Mundo, Anuario del Instituto Cervantes, 1999*. Madrid, 1999, pp. 241-272.

<sup>10</sup> No sirven para estos fines los buscadores que trabajan sobre una ficha con una breve descripción de la página, ni los que funcionan como índices temáticos. Los únicos capaces de dar respuesta cumplida a este tipo de preguntas que hacemos a la Red son los que, como *Altavista*, han convertido en una base de datos el texto completo de cada página. Sólo así es posible trabajar como si la Red fuera un inmenso *corpus* lingüístico en el que el buscador hace las veces de interfaz para acceder al contenido del corpus. Las estadísticas que aquí utilizo están hechas en octubre/noviembre de 1999 con *Altavista*, el programa que, a mi juicio, presenta una mayor versatilidad para el lingüista. Inicialmente se ha utilizado la versión en español, *Altavista Magallanes*, aunque en ocasiones se han completado las estadísticas con la versión original en inglés. En este caso, se indica oportunamente.

Tomemos un par de ejemplos de los que resultan tópicos al hablar de las diferencias léxicas entre el español de España y el de Hispanoamérica: la profesión que a este lado del Atlántico recibe el nombre de *fontanero* es, al otro lado, mayoritariamente *plomero*<sup>11</sup>. Algo similar se puede decir de los adjetivos apreciativos *lindo* y *bonito*, conocidos obviamente en ambas áreas, pero con una clara preferencia en el caso de España por *bonito* y en el de América por *lindo*<sup>12</sup>. Localizados términos como estos que pueden servirnos de marcadores dialectales, nada más fácil que contar, por medio de un buscador, las páginas en las que se utiliza cada una de las variantes. Curiosamente, los porcentajes que obtenemos son en ambos ejemplos similares, con una frecuencia de en torno al 60 % para las variantes españolas y del 40 % para las americanas<sup>13</sup>.

Si tomáramos estos datos sin mayores especificaciones tendríamos que concluir que el modelo más frecuente en la Red, al menos al hilo de estos dos ejemplos, es el normativo en España, bastante por delante porcentualmente de la norma que impera en Hispanoamérica. Utilizando indicadores como éstos podríamos suponer que existe una marcada tendencia a primar la norma española frente a la de los otros países hispanohablantes. La apreciación es, sin embargo, errónea, si no se tienen en cuenta una serie de precisiones entre las que la más determinante es conocer el ámbito real sobre el que hemos hecho esa estadística. En nuestro análisis, la equiparación entre mundo real y mundo virtual sólo sería posible si en Internet hubiera una representación uniforme de acuerdo al peso demográfico que cada país tiene en la realidad. Y, como ahora veremos, la presencia en la Red de los países hispanohablantes es bastante dispar.

Conocer –siquiera someramente– el peso que en la Red tienen los distintos países hispanohablantes nos permitirá poner en relación la presencia en la Red de un país con el uso de las variantes que lo caracterizan. De poco nos sirven en este caso las estadísticas generales de población pues lo que interesa son las estadísticas de población con acceso a Internet, cómputo bien distinto. Desgraciadamente carecemos de

<sup>11</sup> “Son los andaluces, pues, los que se llevan, entre otras muchas, la palabra *plomero* para designar al *fontanero*. Y por eso en Latinoamérica se le llama ahora *plomero* al *fontanero*” A. Grijelmo, *Defensa apasionada del idioma español*, Círculo de lectores, Madrid (1999), p. 46.

<sup>12</sup> “El léxico general americano abunda en palabras y acepciones que en España pertenecen sólo al lenguaje literario o han desaparecido. Característico es el uso de *lindo*, como en el español peninsular del siglo XVII, en lugar de *bonito* o *hermoso*” R. Lapesa, *Historia de la lengua española*, Ed. Gredos, Madrid, 1980, p. 592.

<sup>13</sup> En el caso de *fontanero* / *plomero* la relación es justamente del 60 y 40 % respectivamente. Por lo que respecta a *lindo* y *bonito*, la comparación la hago sólo con las formas *lindo* (42 %) y *bonita* (58 %) pues en *linda* confluyen una forma del verbo *lindar* y el frecuente nombre propio de mujer *Linda*, mientras que en *bonito* concurre la homonimia con el nombre de pescado.

estadísticas fiables de este tipo. Hay sí muchas páginas en la propia Red que abordan estos datos pero presentan una sospechosa disparidad de resultados.

Una de las mediciones que a mi juicio resultan más coherentes –aunque también presenta problemas como fuente de información para cuestiones lingüísticas– es la que semestralmente realiza la *Internet Software Consortium* (ISC) desde el año 1995 y que puntualmente presenta sus resultados en la Red en enero y julio de cada año. En este caso, el recuento se hace no sobre los usuarios sino sobre los ordenadores conectados a la Red clasificándolos por el dominio de primer nivel que figura en su dirección IP lo que nos permite saber, por ejemplo, cuantos ordenadores disponen de conexión en el momento del recuento en direcciones cuyo dominio sea *.es* (España), *.mx* (México), *.fr* (Francia), *.de* (Alemania)... etc. Bien es verdad que, por muy objetivo que sea el método de recuento, los números obtenidos no es posible asimilarlos directamente a países y mucho menos a lenguas. El caso más evidente es el de los dominios que no se refieren a países como *.net*, *.com*, *.org*, inicialmente radicados en USA pero en la actualidad de carácter completamente plurinacional. Esto supone que un ordenador dependiente de un servidor bajo el dominio *.com*, aunque ambos estén materialmente en España, sólo figura en la estadística bajo el dominio *.com* que, dicho sea de paso, supone junto con el dominio *.net* la mitad del total de los ordenadores contabilizados por ISC. Si no es posible equiparar el número de ordenadores conectados en un país con los que figuran en ese dominio, mucho menos lo es aún deducir desde esos datos otros referidos, bien a la lengua usada en las páginas situadas en esos ordenadores, bien a la que utiliza quien lo maneja<sup>14</sup>. Aún con estos inconvenientes, creo que siguiendo las estadísticas de ISC se puede hacer un acercamiento provechoso a la presencia que los distintos países hispanohablantes tienen en la Red para desde ahí intentar explicar mejor la previsible variación lingüística que se observa en el español de Internet.

Los datos que figuran en el cuadro son datos porcentuales elaborados sobre las citadas estadísticas semestrales de ISC. Se han tomado los números correspondientes a

<sup>14</sup> Para hacerse una idea de lo absurdo que resulta equiparar el dominio *.com* con USA y con lengua inglesa sirva como ejemplo una simple búsqueda realizada a comienzos de octubre de 1999 en *Geocities*, la mayor comunidad virtual de páginas personales: siguiendo la pauta de otros trabajos y utilizando como término de búsqueda una palabra de uso común y exclusivo en una lengua, resulta una distribución como ésta, en la que la segunda columna se refiere al número de documentos (páginas) que contienen el término buscado en *Geocities*:

<i>the</i> (inglés)	18.656.703
<i>el</i> (español)	995.590
<i>et</i> (francés)	449.773
<i>und</i> (alemán)	266.225

todos los países en los que el español es lengua oficial y lo que se indica en cada columna –la línea superior identifica por la fecha cada una de las estadísticas semestrales– es el porcentaje correspondiente a cada país sobre el total de los ordenadores conectados a la Red desde dominios hispanos en cada uno de los recuentos semestrales. Se han elegido los cinco países más representativos<sup>15</sup> y el resto, con un porcentaje bastante exiguo, se suman todos en la última casilla.

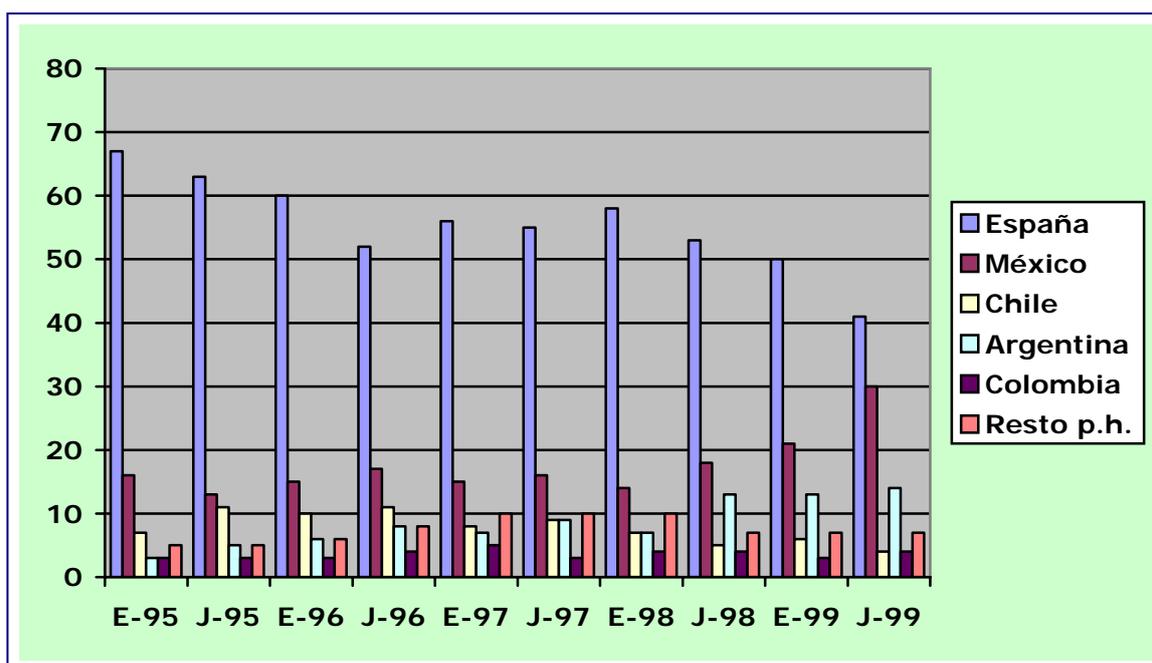
	E-95	J-95	E-96	J-96	E-97	J-97	E-98	J-98	E-99	J-99
España	67	63	60	52	56	55	58	53	50	41
México	16	13	15	17	15	16	14	18	21	30
Argentina	3	5	6	8	7	9	7	13	13	14
Chile	7	11	10	11	8	9	7	5	6	4
Colombia	3	3	3	4	5	3	4	3	3	4
Resto p.h.	5	5	6	8	10	10	10	8	7	7

Fuente: [Internet Software Consortium](#)

Si nos fijamos sólo en la última columna, la correspondiente a la encuesta más reciente, se observa claramente que hay tres grandes polos de presencia en Internet en el mundo hispanohablante. En primer lugar España con el 40 % de los ordenadores, en segundo lugar México con el 30 % y, por último, el Cono Sur americano, con Argentina como país más relevante, pero que, si le sumamos el porcentaje correspondiente a Chile y el de Uruguay rondaría el 20 % de los ordenadores conectados a la Red en dominios hispanos.

---

<sup>15</sup> Este calificativo de “más representativos” por el volumen alcanzado no ofrece duda alguna en el caso de España, México, Argentina y Chile, los dos últimos intercambiando sus posiciones entre la primera y la última fecha de referencia. En el caso de Colombia, podría ser discutible su presencia en esta lista pues en algunos momentos este país se ha visto superado por Uruguay, pero en las últimas estadísticas la diferencia es ya bien clara a favor de Colombia.



Si atendemos ahora a la perspectiva histórica de estos datos tomados desde 1995, es evidente que, por ejemplo, el peso de España ha ido paulatinamente decreciendo desde que se iniciaron las estadísticas y, por el contrario, que el despegue de dos países –México y Argentina– ha sido enorme en los dos últimos años. Se trata en todo caso de una estadística que, como se advertía antes, poco o nada tiene que ver con las estadísticas de población sino con la situación económica y la consecuente implantación de las llamadas nuevas tecnologías pues un país como España ocupa una posición que no le correspondería si se tuviera en cuenta ese otro dato. Pero éste es el cómputo que debemos de tener en cuenta si queremos entender mejor el modelo de español que se maneja en la Red.

Vistas así las cosas, tal vez podamos dar una explicación más ajustada a los porcentajes manejados arriba para *fontanero* y *bonita*, en torno al 60 %, frente a *plomero* y *lindo*, el 40 % restante. No se trata de que las variantes españolas gocen de mayor prestigio y se utilicen mayoritariamente sino, más bien, resulta que, según las estadísticas de servidores manejadas por ISC, hasta hace muy poco tiempo, el peso de España dentro de la Internet hispanohablante ha estado rondando esa cifra del 60 % frente al resto de los países de habla hispana que representaban poco más de un 40 %. Este dato explica por sí sólo la preferencia por el modelo español que podemos encontrarnos en la Red en cualquier estadística indiscriminada realizada sobre las páginas escritas en castellano.

Es preciso, por tanto, parcelar la información de modo que podamos analizar, sin los desajustes inherentes a la mayor o menor presencia de un país en la Red, la preferencia por uno u otro modelo de lengua. Esto es posible en algunos buscadores que nos permiten filtrar la información de muy diversas formas y, entre ellas, la de realizar búsquedas clasificadas por dominios. No es una información del todo veraz pues, como es notorio, en la Red no hay fronteras administrativas y una página situada, por ejemplo, bajo el dominio *.mx* de México, puede estar hecha en Nueva Zelanda por un venezolano. Pero, aunque se trate sólo de un criterio aproximado, es el único parámetro objetivo que podemos manejar en términos estadísticos y, para poder trabajar, debemos partir del principio de que la gran mayoría de las páginas situadas bajo el dominio *.mx* proceden efectivamente de México. Otra cosa bien distinta es que muchas webs realizadas en un país dado figuren bajo el dominio de cualquier otro y, más frecuentemente, en dominios del tipo de *.com*, *.net* o *.org*.

Si volvemos de nuevo a los ejemplos arriba utilizados y los analizamos ahora de acuerdo a esas precisiones, la interpretación de los datos resulta mucho más matizada. En el ejemplo de *fontanero / plomero*, descontados los casos en los que aparecen en dominios no hispanos, los usos se distribuyen de la siguiente forma:

	<i>fontanero</i>	<i>plomero</i>
España <sup>16</sup>	140	7
Hispanoamérica <sup>17</sup>	11	99

Es decir, que, como puede verse, la isoglosa léxica entre *fontanero / plomero* del mundo real se reproduce con bastante fidelidad en el mundo virtual<sup>18</sup>: la mayor presencia de *fontanero* se debe, no a una preferencia por esta voz, sino simplemente al mayor

<sup>16</sup> De las siete páginas localizadas por *Altavista* en el dominio *.es* en las que se utiliza *plomero*, varias son ilocalizables hoy y el resto reproducen todas una irónica lista de síntomas por los que se puede saber si uno es ya un adicto a Internet. Entre otros, figura con el número 39, éste: “cuando ....pregunta a su *plomero* cuanto costaría reemplazar la silla frente a su computadora por un inodoro.” El resto del texto muestra un tipo de lengua propio de Hispanoamérica.

<sup>17</sup> Los escasos ejemplos de *fontanero* en Hispanoamérica proceden en su mayoría de México, donde parece utilizarse con propiedad aunque siempre en minoría frente a *plomero* (49 frente a 6 ejemplos). En otras ocasiones el uso de la variante española no se corresponde con el significado aquí utilizado. Es el caso del único ejemplo de Chile en el que un escultor que ha realizado una fuente para una plaza dice, no sin cierta ironía, que “como no hay plaza sin fuente, aquí yo actué como *fontanero*”.

<sup>18</sup> Si comparamos estos datos con los que arroja la consulta al CREA de la Academia, comprobamos, entre otras cosas, que Internet representa mucho mejor la lengua hablada de las diferentes zonas hispánicas. Así, por ejemplo, además de proporcionarnos Internet muchos más ejemplos que el CREA, en éste el porcentaje es marcadamente más favorable a la forma española (*fontanero* 73 %, *plomero* 27 %) y figuran ejemplos de autores de Chile, Argentina, Uruguay y Colombia que, probablemente por manejar un registro más académico, utilizan la variante española y no la hispanoamericana.

porcentaje en Internet de páginas españolas frente al resto de los países hispanos que, casi en exclusiva, utilizan *plomero*.

Una explicación bien simple que contrasta con la complejidad de datos que presenta el otro ejemplo reseñado *lindo / bonita* que inicialmente se movía en los mismos porcentajes que éste. El uso casi exclusivo a un lado y otro del Atlántico de los sustantivos *fontanero* y *plomero*, se convierte en el caso de los adjetivos en una mera preferencia por uno u otro pero siempre ambos bien representados en cualquiera de las zonas analizadas. Teniendo en cuenta sólo los países con una mayor presencia en Internet, se observa que *lindo* es mayoritario únicamente en los países situados al sur del continente americano:

	<i>lindo</i>	<i>bonita</i>
Argentina	75 %	25 %
Uruguay	76 %	24 %
Perú	64 %	36 %
Chile	57 %	43 %

Por el contrario, *bonita* es la forma preferida no sólo en España, como cabría suponer, sino también en diversos países de Hispanoamérica:

	<i>lindo</i>	<i>bonita</i>
España	20 %	80 %
México	31 %	69 %
Venezuela	36 %	64 %
Costa Rica	42 %	58 %
Colombia	44 %	56 %

Datos todos ellos que vendrían a indicar que la pretendida isoglosa léxica entre los adjetivos *lindo* y *bonito*, en los términos en los que suele analizarse, es más producto de una impresión subjetiva que una deducción del uso real de ambas voces en el ámbito hispánico.

#### NORMA REGIONAL FRENTE A NORMA ESTÁNDAR

Otra vía de estudio que resulta también muy interesante es analizar en qué medida un medio global como Internet –pero al mismo tiempo de acceso generalizado– puede condicionar la utilización por parte del internauta de un modelo u otro de lengua. Para comprobar este extremo voy a fijarme únicamente en un fenómeno ampliamente

extendido en el español de América. Me refiero concretamente a la compleja distribución geográfica y social de los paradigmas de la segunda persona del verbo y del pronombre que dan lugar al fenómeno del *voseo*, con una variada gama de realizaciones según las áreas. Sin pretender en modo alguno agotar el complicado abanico de formas y de combinaciones entre pronombre y verbo, creo que se trata de un ejemplo que nos va a permitir conocer algo más sobre la actitud frente a la norma de los internautas hispanos.

Para facilitar la búsqueda en Internet me ciño exclusivamente a las formas de algunos verbos especialmente frecuentes y que posibilitan diferenciar el paradigma por algo más que la presencia del acento: dada la frecuencia con la que se olvidan las tildes, no siempre es fácil saber, salvo que se compruben los documentos uno a uno, si, cuando el buscador localiza *cantas*, se refiere a la forma académica o a la dialectal *cantás* sin acento gráfico. Del mismo modo, el uso del verbo con *usted / ustedes* sustituyendo a la segunda persona tampoco se puede discriminar formalmente de los usos propios de tercera persona. Quedan reducidas así las posibilidades de comparación a las formas del tipo *cantas*, *cantáis* y *cantás*, analizadas aquí independientemente del pronombre con el que se combinen. Los verbos elegidos para hacer las estadísticas son *querer*, *poder* y *tener*.

Una búsqueda general en *Altavista* nos permite un acercamiento inicial en el que queda patente que la forma mayoritaria en el español de la Red es la correspondiente a *tú*, mientras que las de *vos* y *vosotros* sólo alcanzan un pequeño porcentaje del total, bien es verdad que con sensibles diferencias entre ambas pues el paradigma de *vosotros* dobla, a su vez, al de *vos*:

	<i>tienes, quieres, puedes</i>	<i>tenéis, queréis, podéis</i>	<i>tenés, querés, podés</i>
100 %	90'2 %	6'5 %	3'3 %

Pero estos datos estadísticos solo toman verdadero valor si los analizamos de forma detallada teniendo en cuenta su distribución por dominios. En primer lugar, las estadísticas correspondientes a los países en los que la dialectología señala que las variantes voseantes gozan de mayor prestigio:

	<i>tienes, quieres, puedes</i>	<i>tenéis, queréis, podéis</i>	<i>tenés, querés, podés</i>
.ar	25 / 30	1 / 2	73 / 68
.uy	51 / 52	8 / 3	41 / 45
.py	45 / 56	1 / 1	54 / 43
.cr	71 / 63	5 / 4	24 / 32
.ni	63 / 61	9 / 3	28 / 36

Los porcentajes indicados para cada dominio tienen dos valores. El primero de ellos corresponde a la búsqueda realizada con *Altavista* en su versión en inglés y el segundo a la efectuada con *Altavista Magallanes*, la versión en español del mismo buscador. Como puede apreciarse sólo en el caso de Paraguay se obtienen unos resultados claramente distintos. Se trata, no obstante, del país de entre los citados con una menor presencia en Internet, por lo que cualquier variación incide mucho más directamente en las estadísticas. En el resto de los casos, aunque los porcentajes no presenten diferencias llamativas sí lo hacen los números absolutos obtenidos con una y otra versión de *Altavista*. Por lo que se puede apreciar, la base de datos de *Altavista* está mucho más actualizada que la de *Altavista Magallanes*, que incluye multitud de enlaces que ya no son operativos. En este sentido, resulta sugerente la idea de que las diferencias entre una y otra estadística representen también la evolución del modelo de lengua utilizado en la Red a medida que se incorporan nuevas páginas: dejando a un lado el caso poco representativo de Paraguay, sólo en Argentina aumenta el uso de las formas del tipo de *tenés*, mientras que en Uruguay, Costa Rica y Nicaragua se observa un apreciable descenso porcentual en la utilización de esta variante.

A la vista de estos datos<sup>19</sup>, puede decirse que la tendencia a usar la forma del español estándar (*tienes...*) es muy marcada incluso en aquellos países en los que sabemos que es mayoritaria, incluso general, la variante del tipo de *tenés*. Dicho de otro modo, quienes ponen páginas en la Red en estos países son conscientes de que la norma más extendida del español prefiere *tienes* y, en muchas ocasiones, eliminan el rasgo más marcadamente regional o local en beneficio de la forma más extendida o menos marcada. El único país donde es mayoritaria la forma regional frente a la estándar es Argentina pero, incluso en este caso, las formas del tipo *tienes* ocupan una importante parcela estadística<sup>20</sup>. No por ello ha de pensarse que las variantes del tipo de *tenés...* no gocen de prestigio en el resto de los países citados: es perfectamente posible encontrar en la Red la declaración del Presidente nicaragüense usando expresiones del tipo de *vos podés* o la página de una Universidad costarricense<sup>21</sup> en la que nos informa de que lo

---

<sup>19</sup> Las variantes del tipo de *tenés* las analizo más adelante tanto para este grupo de países como para los de la serie siguiente.

<sup>20</sup> Nada extraño, por otra parte, si tenemos en cuenta la existencia incluso de algunas disposiciones legales para propiciar el uso de un modelo neutro o estándar del español en los doblajes realizados en Argentina como indica L. Petrella en “El español *neutro* de los doblajes: intenciones y realidades”, trabajo presentado en 1997, en el Congreso celebrado en Zacatecas y publicado en la página *web* del Instituto Cervantes, <http://cvc.cervantes.es/actcult/congreso/television/comunicaciones/petre.htm>

<sup>21</sup> Se trata de la *Universidad Latina de Costa Rica* en cuya página principal, representando un rompecabezas, falta una única pieza con la leyenda *VOS*. El texto que lo acompaña reza así: “En la Universidad Latina de Costa Rica nos preocupamos por tu futuro, y por ello siempre tratamos de ayudarte a armar tu rompecabezas con las mejores piezas. Como *sabés*, falta la pieza central de nuestro rompecabezas, y esa pieza *sos vos*. Ya que nuestra única preocupación es la de formar profesionales con la debida preparación, tanto teórica, práctica como tecnológica”.

tiene todo preparado y, dirigiéndose a los candidatos a alumnos universitarios, les advierte que “lo único que falta *sos vos*”.

Hay incluso otras posibilidades de valorar los motivos por los que se elige un modelo frente a otro. Si contabilizamos los ejemplos agrupados ahora no por dominios sino por servidores o, dicho de otra manera, si analizamos estas estadísticas en algunos servidores concretos, comprobaremos que las variantes del tipo de *tienes* aparecen preferentemente en páginas institucionales, empresariales, comerciales o incluso personales, pero que se dirigen preferentemente a un ámbito que va más allá de lo local. Ahora bien, en las páginas que usan un registro más coloquial o en aquellas que se dirigen a un consumo eminentemente local, las formas del tipo de *tenés* resultan mayoritarias: Es el caso del servidor de una revista satírica de Montevideo, *Guambia*, en la que los porcentajes son completamente distintos a los vistos arriba para Uruguay: 96 % para *tenés...* y sólo un exiguo 4 % para *tienes...* Lo mismo ocurre en las páginas del *Canal Zap, web* en la que se cruzan mensajes que luego emite un programa local de TV en Buenos Aires: 83 % para *tenés...* y un 16 % para *tienes...* más un único ejemplo<sup>22</sup> de *tenéis...* Resulta incluso ilustrativa la explicación de la presencia de las formas del tipo de *tienes*, minoritarias en el servidor del *Canal Zap*: a los textos de procedencia foránea (México, España ...) se unen unos cuantos ejemplos utilizados por el moderador de la página pero siempre, curiosamente, respondiendo a comunicantes de otros países. Es decir, como reconocen en ocasiones los propios internautas voseantes<sup>23</sup>, cuando utilizan Internet son conscientes del carácter global del medio, cambian de registro y prefieren echar mano de las variantes más generales del español.

El resto de los países hispanos con una presencia relevante en la Red muestran una estadísticas completamente distintas. Pese a que los especialistas señalan la presencia, más o menos extensa, de distintas formas *voseo* en amplias zonas de Hispanoamérica, se trata de variantes no prestigiosas en el propio país y, por tanto, aparecen sólo ocasionalmente en la lengua escrita.

<sup>22</sup> El único caso que recojo en esta página de la forma correspondiente a *vosotros* es en sí mismo bien significativo de su falta de uso real: se trata de una respuesta a un comunicante en la que el responsable de la *web* remeda el lenguaje aureo extendiendo incluso la desinencia *-ais* a formas no conjugables:

“Caramba... si locos *buscáis*  
este es tu *lugarais* ya *vereis*  
ya *vereis* si *podeis soportais*”

<sup>23</sup> A título de ejemplo, véase la explicación de un argentino sobre el modelo de lengua que usa en la Red: “No sé si sabrás, pero en Argentina hablamos un español un poco diferente pues es un derivado de un español mucho más antiguo que el que se habla actualmente el España. Aquí se habla de *vos* en vez de *tú* y se conjugan los verbos de otro modo. Pero, **a fin de homogeneizar las versiones**, yo suelo comunicarme en la red usando el español de España, el que usa *tú*”.

<http://cda.mrs.umn.edu/~ummspan/amigos/paula.html>

	<i>tienes, quieres, puedes</i>	<i>tenéis, queréis, podéis</i>	<i>tenés, querés, podés</i>	<i>tenís, querís, podís</i> <sup>24</sup>
.mx	99 / 98	1 / <1	<1	---
.cl	97 / 96	1 / 2	1	<1
.co	90 / 95	6 / 3	3 / 2	---
.ve	92 / 97	5 / 2	3 / <1	---
.pe	89 / 92	8 / 7	2 / <1	---

Como puede verse, el dominio del paradigma del tipo de *tienes...* resulta casi absoluto en estos países en los que, sin embargo, la dialectología señala también usos de formas voseantes. Son, sin embargo, usos poco prestigiados y, en consecuencia, se evitan en la lengua escrita. Con todo, aunque los porcentajes sean verdaderamente exiguos, merece la pena analizar los tipos de documentos en los que aparecen las formas menos representadas.

Respecto al uso de formas *-éis*, siempre de escaso uso en Hispanoamérica, donde sistemáticamente se sustituyen por (*ustedes*) *-en*, llama especialmente la atención que, tanto en esta serie de países como en la vista anteriormente, sólo tengan una presencia significativa en aquellos dominios en los que la penetración de Internet es menor. Por el contrario, en los tres países que mayor presencia tienen en la Red (México, Argentina y Chile), el porcentaje de uso se queda en el 1 %, es decir, una presencia únicamente testimonial. Por lo general se trata de documentos que recogen textos históricos o procedentes de España, por lo que no son representativos<sup>25</sup>. Pero tal vez el dato más interesante se desprenda del hecho de que muchos de estos documentos sean textos de contenido religioso. En este sentido, resulta cuando menos extraño el empeño de las instituciones religiosas por utilizar una fórmula *-vosotros tenéis-* cuyo uso es prácticamente desconocido entre las personas a las que se dirige.

Igualmente resulta de interés, pese a su escasa presencia estadística, el análisis de los documentos que en este último grupo de países utilizan las variantes en *-és*. Además de los casos en los que el uso de esta forma se explica porque el texto procede de países en los que el voseo es la variante prestigiosa, tenemos algunas páginas que utilizan un tipo de registro lingüístico específico y en las que el uso del paradigma voseante no es ni casual ni ocasional. Así, por ejemplo, los textos mexicanos que utilizan las formas en *-és* suelen contener leyendas, narraciones o relatos referidos Chiapas y áreas colindantes, precisamente la única zona de México en la que sigue en

<sup>24</sup> Estas formas del tipo de *tenís, querís ...* etc., además de en Chile, aparecen también dialectalmente en zonas de Argentina pero para este país sólo es posible localizar en la Red algún ejemplo disperso en páginas de folklore en las que se recogen narraciones o poesía popular procedente de esas zonas.

<sup>25</sup> Quizá la única excepción clara sea Colombia, dominio para el que varios de los documentos que echan mano de las formas del tipo de *tenéis* son declaraciones solemnes o institucionales.

uso el paradigma voseante<sup>26</sup>. En el caso de Colombia, al componente geográfico se une el diastrático: las formas con voseo, verbal y pronominal, figuran, por ejemplo, en páginas<sup>27</sup> en las que se recogen chistes referidos a pastusos, los habitantes de Pasto, en el sur del país<sup>28</sup>, cerca de la frontera con Perú, a los que se les representa utilizando frecuentemente fórmulas del tipo de *vos querés, vos sabés...* Por último, el caso más curioso quizá sea el de Chile, país en el que las formas voseantes, pese a estar bastante extendidas, no se consideran socialmente prestigiosas<sup>29</sup>. Pues bien, aunque aparecen en un número muy reducido de documentos, hay algunas páginas en las que estas formas son más frecuentes. Me refiero concretamente a los libros de visitas y foros de discusión de, por ejemplo, clubes de fútbol o instituciones docentes en los que, de acuerdo con el registro mucho más coloquial utilizado en esta clase de páginas, las formas del paradigma voseante sí que resultan frecuentes<sup>30</sup>.

Si comparamos ahora los datos procedentes de la Red con los que arroja una búsqueda hecha en los mismos términos en el *CREA* de la Academia, observamos una disparidad en los porcentajes que, en algún caso, resulta realmente llamativa y que parece responder a un mismo principio: en el *corpus* académico figura generalmente con mejores porcentajes la variante que, en cada país, resulta más prestigiosa. En el caso de la primera serie vista arriba, la de los países en los que las variantes voseantes en *-és* gozan de un mayor prestigio, los porcentajes son del 80 % para Argentina, 58 % para Uruguay, 52 % para Costa Rica y 97 % para Nicaragua<sup>31</sup>. Siempre, como puede comprobarse, con cifras más elevadas de las que presenta la Red. Lo mismo puede decirse de la segunda serie, en la que la forma normativa *tienes* y sus equivalentes copan el 100 % en Perú, y alcanzan el 98 % en Colombia y el 97 % en Chile, con el añadido de que en estos casos prácticamente han desaparecido las formas no prestigiosas.

<sup>26</sup> J.G. Moreno de Alba, "El español hablado en México", en C. Hernández (coordinador), *Historia y presente del español de América*, Junta de Castilla y León, Valladolid (1992), p. 637.

<sup>27</sup> Vid. por ejemplo [www.telesat.com.co/Telesat/home2/ciberadicto/pastusos.html](http://www.telesat.com.co/Telesat/home2/ciberadicto/pastusos.html) o, con contenidos muy similares, [www.pasto.com/chistes/homepage.htm](http://www.pasto.com/chistes/homepage.htm)

<sup>28</sup> Un área, la occidental, en la que se conserva con mayor vigencia el paradigma voseante en Colombia. J. Montes, "El español hablado en Colombia", en C. Hernández (coordinador), *op. cit.* p. 533.

<sup>29</sup> A. Rabanales ("El español de Chile: situación actual", en C. Hernández (coordinador), *op. cit.* p. 579 y 581) clasifica las distintas variantes con voseo en los usos de la norma inculta informal y, sólo ocasionalmente, también en la norma culta informal.

<sup>30</sup> "Putá la wea Oscar, pa que te *hacis* tecnico si no *sabis* na de futbol" dice un aficionado increpando al entrenador del Club de Deportes Concepción. En la misma página, se recogen otras expresiones como "Estay loco...", "eres un arrugon, chanta, te *quebrai* y no *queris* ir al estadio". Del mismo tipo, ahora en un foro de discusión más amplio, [www.vrweb.cl/mf/wwwboard/wwwboard.html](http://www.vrweb.cl/mf/wwwboard/wwwboard.html) "No *sabis* na!", "Sabi que te declaro guerra", "No me *conoci*, cabra weona", "Amiguito, me *teni* olvidada"; "Te *acordai*?", "Ahora *vai* a saber...", "Vai a sufrir ahora", "Qué *sacai* con mirar", "Pa qué me *esperai* poh!", "cuánto te *demorai* en llegar a la casa?", "Amigo, *tai* ahí?", "Sabía yo que *andabai* con chalas?" ... etc.

<sup>31</sup> El número de ocurrencias que presenta el *CREA* respecto a Paraguay es tan escaso que sus estadísticas no pueden considerarse representativas.

Probablemente el caso más significativo sea el de Venezuela, país en el que los estudiosos señalan dos clases de voseo<sup>32</sup>, ambos circunscritos al área occidental: el voseo zuliano del tipo de *vos tenéis* y el andino del tipo de *vos tenés*, pero con una diferencia clara entre ambos. El primero está considerado como una variante prestigiosa mientras que el segundo no lo es. Pues bien, frente a los porcentajes vistos arriba en los que la forma *tienes* no sólo era mayoritaria sino que apenas dejaba espacio para las variantes *tenéis* o *tenés*, en el *CREA* los porcentajes son significativamente distintos: un 90 % para *tienes* y un 10 % para *tenéis*, pero usado regularmente junto a *vos* mientras que en la Red los ejemplos de *tenéis* estaban usados bien en textos históricos, bien en textos de contenido religioso junto a *vosotros*.

	<i>tienes, quieres, puedes</i>	<i>tenéis, queréis, podéis</i>	<i>tenés, querés, podés</i>
Internet	92 / 97	5 / 2	3 / <1
<i>CREA</i>	90	10	< 1

En definitiva, un buen ejemplo de cómo en el *CREA* se priman las variantes prestigiosas, incluso localmente prestigiosas, mientras que en la Red parece preferirse la variante estándar, aún cuando siempre quede espacio para los localismos lingüísticos.

De esta comparación se siguen dos ideas, respecto al modelo de lengua usado en la Red, que resultan aparentemente contradictorias pero que podrían responder a la pregunta que nos hacíamos al comienzo ¿En qué medida influye el propio medio a la hora de elegir el modelo de lengua con el que uno se expresa en la Red? Y la respuesta, obviamente, no puede ser única pues, como se ha visto, tenemos, de un lado, pruebas claras de que el carácter global del medio predispone al usuario a utilizar una variedad estándar de la lengua eliminando las marcas más localistas. De otro, la accesibilidad generalizada que caracteriza a Internet nos ofrece, al mismo tiempo, muestras de hablas locales o de registros lingüísticos que difícilmente encontraríamos representados en otros medios. Es decir que, si de una parte, la Red nos permite contar con un amplio muestrario de variantes locales o sociales, de otra, puede convertirse al mismo tiempo en un potente instrumento de nivelación lingüística.

<sup>32</sup> P. Bentivoglio y M. Sedano “El español hablado en Venezuela” en C. Hernández (coordinador), *op. cit.* p. 784.

URL de algunas de las páginas *web* citadas:

*Congreso de la Lengua Española (Zacatecas)*

[www.congreso-de-la-lengua.org/home.htm](http://www.congreso-de-la-lengua.org/home.htm)

*Libro de visitas del Congreso*

[ts.netgate.net/~congreso/guestbook.html](http://ts.netgate.net/~congreso/guestbook.html)

*El País. Debates*

[www.elpais.es](http://www.elpais.es)

*Mundo Latino*

[www.mundolatino.org](http://www.mundolatino.org)

*Ciudades Virtuales Latinas (CIVILA)*

[www.civila.com](http://www.civila.com)

*Hispanos Unidos*

[www.hispunidos.com](http://www.hispunidos.com)

*Altavista*

[www.altavista.com](http://www.altavista.com)

[www.altavista.magallanes.net](http://www.altavista.magallanes.net)

*International Software Consortium*

[www.isc.org](http://www.isc.org)

*Revista Guambia en Interné*

[www.guambia.com.uy](http://www.guambia.com.uy)

*Canal 33-ZAP, Zapada*

[www.way.com.ar/ZAP/que1.html](http://www.way.com.ar/ZAP/que1.html)

*Movimiento en apoyo del idioma español en Internet*

[www.ctv.es/USERS/horemheb/hispano.htm](http://www.ctv.es/USERS/horemheb/hispano.htm)

*Universidad Latina de Costa Rica*

[www.ulatina.ac.cr/principal.html](http://www.ulatina.ac.cr/principal.html)

José R. Morala Rodríguez  
 Universidad de León  
 dfhjmr@unileon.es

**Biblioteca**