

# CARAC TERES

Estudios culturales y críticos de la esfera digital

En este número participan ■ Elena Alcalde Peñalver, Leyre Alejaldre Biel, Consuelo Allué, Carmen Álvarez García, Eva Álvarez Ramos, Alessandra Anichini, Daniel Cassany, Viola Davin, Araceli García Rodríguez, Alicia Gil Torres, Raquel Gómez Díaz, Ricardo González-García Hugo Heredia Ponce, Antonia Olivia Jarvio Fernández, Ilaria Marchionne, Javier Merchán Sánchez-Jara, M<sup>a</sup> Isabel Morales Sánchez, Javier Puche Gil, Elsa Margarita Ramírez Leyva, Laro del Río Castañeda, Sonia Ríos Moyano, Manuel Fco. Romero Oilva, Marta Sampérez Hernández, Cristina San José de la Rosa, María Sanz Ferrer, Luca Toschi, Ignacio Vidal Franco

Dossier: Medios digitales y educación

Dossier: La lectura en y por la Educación Superior

## **Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital**

*Caracteres* es una revista académica interdisciplinar y plurilingüe orientada al análisis crítico de la cultura, el pensamiento y la sociedad de la esfera digital. Esta publicación prestará especial atención a las colaboraciones que aporten nuevas perspectivas sobre los ámbitos de estudio que cubre, dentro del espacio de las Humanidades Digitales. Puede consultar las normas de publicación en la web (<http://revistacaracteres.net/normativa/>).

### **Dirección**

Daniel Escandell Montiel

### **Editores**

David Andrés Castillo | Juan Carlos Cruz Suárez | Daniel Escandell Montiel

### **Consejo editorial**

Robert Blake, University of California - Davis (EE. UU.) | Maria Manuel de Borges, Universidade da Coimbra (Portugal) | Fernando Broncano Rodríguez, Universidad Carlos III (España) | José Antonio Córdón García, Universidad de Salamanca (España) | José María Izquierdo, Universitetet i Oslo (Noruega) | Hans Lauge Hansen, Aarhus Universitet (Dinamarca) | Mónica Kirchheimer, Universidad Nacional de las Artes (Argentina) | José Manuel Lucía Megías, Universidad Complutense de Madrid (España) | Enric Mallorquí Ruscalleda, Indiana University - Purdue University Indianapolis (EE. UU.) | Francisca Noguero Jiméñez, Universidad de Salamanca (España) | Elide Pittarello, Università Ca' Foscari Venezia (Italia) | Fernando Rodríguez de la Flor Adánez, Universidad de Salamanca (España) | Pedro G. Serra, Universidade da Coimbra (Portugal) | Paul Spence, King's College London (Reino Unido) | Rui Torres, Universidade Fernando Pessoa (Portugal) | Susana Tosca, IT-Universitetet København (Dinamarca) | Adriaan van der Weel, Universiteit Leiden (Países Bajos) | Remedios Zafra, Universidad de Sevilla (España)

### **Consejo asesor**

Miriam Borham Puyal, Universidad de Salamanca (España) | Jiří Chalupa, Univerzita Palackého v Olomouc (Rep. Checa) | Wladimir Alfredo Chávez, Høgskolen i Østfold (Noruega) | Sebastien Doubinsky, Aarhus Universitet (Dinamarca) | Daniel Esparza Ruiz, Univerzita Palackého v Olomouc (Rep. Checa) | Charles Ess, Aarhus Universitet (Dinamarca) | Fabio de la Flor, Editorial Delirio (España) | Katja Gorbahn, Aarhus Universitet (Dinamarca) | Pablo Grandío Portabales, Vandal.net (España) | Claudia Jünke, Universität Bonn (Alemania) | Malgorzata Kolankowska, Uniwersytet Wrocławski (Polonia) | Beatriz Leal Riesco, Investigadora independiente (EE. UU.) | Juri Meda, Università degli Studi di Macerata (Italia) | Macarena Mey Rodríguez, ESNE/Universidad Camilo José Cela (España) | Pepa Novell, Queen's University (Canadá) | Sae Oshima, Aarhus Universitet (Dinamarca) | Gema Pérez-Sánchez, University of Miami (EE. UU.) | Olivia Petrescu, Universitatea Babeş-Bolyai (Rumanía) | Pau Damián Riera Muñoz, Músico independiente (España) | Jesús Rodríguez Velasco, Columbia University (EE. UU.) | Esperanza Román Mendoza, George Mason University (EE. UU.) | José Manuel Ruiz Martínez, Universidad de Granada (España) | Fredrik Sörstad, Universidad de Medellín (Colombia) | Bohdan Ulašin, Univerzita Komenského v Bratislave (Eslovaquia)

ISSN: 2254-4496



Editorial Delirio ([www.delirio.es](http://www.delirio.es))

Los contenidos se publican bajo licencia Creative Commons Reconocimiento-No Comercial 3.0 Unported.

Diseño del logo: Ramón Varela, Ilustración de portada: Mike Photos (CC0)

Las opiniones expresadas en cada artículo son responsabilidad exclusiva de sus autores. La revista no comparte necesariamente las afirmaciones incluidas en los trabajos. La revista es una publicación académica abierta, gratuita y sin ánimo de lucro y recurre, bajo responsabilidad de los autores, a la cita (textual o multimedia) con fines docentes o de investigación con el objetivo de realizar un análisis, comentario o juicio crítico.

## **Editorial, PÁG. 6**

### **Dossier: Medios digitales y educación**

- Recursos digitales para la enseñanza de la Física: dispositivos móviles, redes sociales y cuadernos de Jupyter. DE IGNACIO VIDAL FRANCO, PÁG. 18
- Cine para aprender: de los cuentos de Vladimir Propp a las películas españolas con periodistas. DE CRISTINA SAN JOSÉ DE LA ROSA Y ALICIA GIL TORRES, PÁG. 42
- Práctica de posesión en formación en traducción especializada. DE CARMEN ÁLVAREZ GARCÍA, PÁG. 67
- El *book-trailer* como herramienta digital en la formación lectora de los futuros docentes. Un estudio de caso. DE MANUEL FCO. ROMERO OLIVA, HUGO HEREDIA PONCE Y MARTA SAMPÉRIZ HERNÁNDEZ, PÁG. 92
- Herramientas digitales para potenciar el proceso de enseñanza-aprendizaje de las humanidades: el caso de la Historia Económica. DE JAVIER PUCHE GIL, PÁG. 128
- La ortografía en redes sociales: ¿una nueva carta de presentación? DE ELENA ALCALDE PEÑALVER, PÁG. 156
- Diseño, redes digitales e historia del arte. DE SONIA RÍOS MOYANO, PÁG. 178
- La competencia digital docente del profesor universitario 3.0. DE LEYRE ALEJALDRE BIEL Y EVA ÁLVAREZ RAMOS, PÁG. 205

### **Dossier: La lectura en y por la Educación Superior**

- Who is afraid of robots? Who is afraid of professors? DE LUCA TOSCHI, PÁG. 238
- The importance of the voice: the role of orality in training courses in the digital age. DE ALESSANDRA ANICHINI, ILARIA MARCHIONNE Y VIOLA DAVIN, PÁG. 250
- La formación de mediadores en lectura digital en el contexto universitario: el caso de la Universidad de Salamanca. DE RAQUEL GÓMEZ DÍAZ Y ARACELI GARCÍA RODRÍGUEZ, PÁG. 275
- WhatsApp alrededor de aula. DE DANIEL CASSANY, CONSUELO ALLUÉ Y MARIA SANZ FERRER, PÁG. 302

- La formación de lectores: iniciativas de las universidades mexicanas y lo que les falta por hacer. DE ELSA MARGARITA RAMÍREZ LEYVA, PÁG. 329
- Prácticas y representaciones sociales de la lectura digital en la Universidad Veracruzana. DE ANTONIA OLIVIA JARVIO FERNÁNDEZ, PÁG. 355

### **Artículos de investigación**

- Escritura y lectura en la web social. Interacciones, nuevos roles y construcción identitaria. DE JAVIER MERCHÁN SÁNCHEZ-JARA Y RAQUEL GÓMEZ DÍAZ, PÁG. 378
- La grieta en la pantalla. Definición y análisis de la ruptura de la cuarta pared en el medio audiovisual. DE LARO DEL RÍO CASTAÑEDA PÁG. 400
- La poética físico-digital en el arte contemporáneo: Divergencias tecnológicas y especulación de creativos futuros alternativos. DE RICARDO GÓNZÁLEZ GARCÍA, PÁG. 432

**Petición de contribuciones, PÁG. 460**



ARTÍCULOS DE INVESTIGACIÓN

Dossier: Medios digitales y educación

Coords. Eva Álvarez Ramos y Carmen Morán  
Rodríguez

# **LA ORTOGRAFÍA EN REDES SOCIALES: ¿UNA NUEVA CARTA DE PRESENTACIÓN?**

## **ORTHOGRAPHY IN SOCIAL MEDIA: A NEW PRESENTATION LETTER?**

**ELENA ALCALDE PEÑALVER**

UNIVERSIDAD DE ALCALÁ

ARTÍCULO RECIBIDO: 20-07-2019 | ARTÍCULO ACEPTADO: 05-10-2019

### **RESUMEN:**

La inmediatez con la que se exige hoy en día la comunicación por escrito hace que en ocasiones se descuiden los aspectos ortográficos y gramaticales. Esta situación se ve aún más acentuada debido al extendido uso que se hace de las redes sociales como forma de comunicación, ya que se suele conceder más importancia al contenido del mensaje que a cómo esté escrito. No obstante, se observa una creciente tendencia para aprovechar el gran uso de las redes sociales como medio de divulgación del buen uso de la ortografía y gramática. En este artículo presentaremos datos estadísticos a través de un corpus de mensajes extraídos de la red social Twitter siguiendo una metodología de análisis de contenido. Tras una revisión teórica de los antecedentes teóricos, procederemos a aplicar la metodología expuesta y a analizar los resultados extraídos. Finalmente, tras reflexionar sobre los mismos, mostraremos las conclusiones del estudio.

ABSTRACT:

The immediacy with which written communication is required today means that sometimes orthographic and grammatical aspects are neglected. This situation is even more accentuated due to the widespread use of social media as a form of communication, since more importance is usually given to the content of the message than to how it is written. However, there is a growing tendency to take advantage of the great use of social networks as a means to promote the right use of spelling and grammar. In this paper statistical data through a corpus of messages extracted from the social network Twitter will be presented following a methodology of content analysis. After a theoretical review, the methodology will be explained and results analysed. Finally, conclusions of the study will be shown.

PALABRAS CLAVE:

Redes sociales, Twitter, ortografía, gramática, comunicación

KEYWORDS:

Social networks, Twitter, orthography, grammar, communication

---

**Elena Alcalde Peñalver.** Profesora Ayudante Doctora en el Departamento de Filología Moderna de la Universidad de Alcalá. Realizó su tesis doctoral en el ámbito de la traducción en la Universidad de Granada. Cuenta con experiencia investigadora y docente a nivel nacional e internacional.

## **1. Introducción**

Hoy en día vivimos en un mundo en el que la inmediatez de la comunicación hace que en ocasiones se preste escasa atención a la forma de redactar un mensaje. La mayoría de los trabajos requieren teclear a gran velocidad para contestar correos electrónicos y que haya una comunicación por escrito casi a la misma vez que si se produjera de forma oral. Es normal que, ante esta situación, la posibilidad de cometer errores cuando enviamos un mensaje se vea incrementada, ya que apenas nos detenemos a revisarlos, lo que queda además patente en la cantidad de fallos ortográficos y gramaticales que se pueden leer en páginas web de información.

La instantaneidad de la comunicación en la actualidad viene fomentada por el extenso uso de las redes sociales, puesto que constituyen, para muchas personas, el principal medio para socializarse y establecer contactos, así como para mantenerse informados. De esta forma, a través de la palabra escrita, la imagen y el material audiovisual las redes sociales consiguen mantener a los usuarios informados y entretenidos, debido a que fusionan medios de comunicación masivos y personales, de entretenimiento y prácticos (Díaz, 2011). En cuanto al contenido, podemos afirmar que las nuevas tecnologías están modificando el modo de comunicar, consumir, pensar, trabajar y de acceder a la información (Burgos et al., 2016). Lo importante parece más ser el mensaje que la forma en cómo esté escrito y se suelen seguir las reglas del código oral. En efecto, tal y como indica Torres (2017), los primeros cambios en la forma de transmitir un mensaje por escrito llegaron con la necesidad de acortar el número de caracteres que se utilizaban en los mensajes de texto con la expansión del uso de los teléfonos móviles en la década de los 90. Hoy en día, ante el uso



común de las nuevas aplicaciones de mensajería instantánea como Telegram y Whatsapp, este problema parece especialmente reproducirse en la población joven, tal y como se ha demostrado en un estudio realizado en 2017 en el que se indicaba que el 88.5 % de los jóvenes afirmaban no cuidar su redacción cuando escribían en dispositivos móviles (Gumiel, 2017).

Sin embargo, debido al empleo habitual que hemos mencionado de las redes sociales y al tiempo que los jóvenes dedican a las mismas, estas pueden igualmente constituir un medio alternativo de difusión del buen uso de la ortografía y gramática. Así lo afirma Grijelmo (2016: s. p.): “Las redes sociales, el correo electrónico y los mensajes de móvil han obligado a millones de personas a relacionarse cada dos por tres con un teclado y, por tanto, a reflexionar sobre las palabras o a plantearse dudas ortográficas o gramaticales”. En efecto, recientemente se aprecia una tendencia creciente en el uso de las redes sociales como medio de difusión de la importancia de aplicar las reglas ortográficas. Joaquín Muller, director general de la Fundéu BBVA, ya afirmaba en 2012 que “las redes sociales han ayudado a recuperar el interés por la corrección lingüística” puesto que “los usuarios son conscientes de que las faltas de ortografía, la precipitación y la descortesía devalúan sus mensajes” (RTVE, 2012). Asimismo, la forma “cómica” en la que en ocasiones lo hacen está causando un gran interés entre la población joven. Esto lo demuestran cuentas de Twitter con un gran número de seguidores como las de “La vecina rubia” (con su aplicación “Escribir bien es de guapas”), “El corrector de TV” o la del “Profesor don Pardino”, con su lema “La letra con humor entra”.

En este estudio pretendemos presentar datos estadísticos a través de un análisis de *hashtags* de un corpus de mensajes extraídos de la red social Twitter en los que se defiende el buen uso

de la ortografía, siguiendo la metodología de análisis de contenido de la herramienta KeyHole. Tras una revisión teórica de los antecedentes en el ámbito académico e investigador sobre la ortografía y redes sociales, procederemos a aplicar la metodología expuesta y a analizar los resultados extraídos. Finalmente, tras reflexionar sobre los mismos, mostraremos las conclusiones del estudio.

## **2. Ortografía y redes sociales**

La comunicación verbal escrita es el medio por excelencia de la red, puesto que los usuarios mantienen conversaciones en línea de manera informal. A esto se añade el factor prisa e inmediatez que exige la comunicación en línea, que puede resultar en que escribir con todas las letras y de forma correcta resulte tedioso (Silva, 2017). En estos casos se trata más de un estilo coloquial y oral, puesto que se escribe como se habla y la gramática, ortografía y sintaxis pierden importancia (Imaña, 2011). Tal y como indican Mancera y Pano (2014), las faltas de ortografía en redes sociales suelen atribuirse a la falta de concentración o dejadez del usuario ante la proximidad comunicativa, puesto que saben que la persona que lo va a leer conoce las convenciones de uso de las redes sociales. De hecho, Martínez de Sousa (2004) hace una distinción entre lo que considera “faltas de ortografía”, que se cometen por falta de competencia lingüística, y “heterografías”, que se consideran desviaciones intencionadas, lo que se consideraría en muchos casos los fallos que se cometen al escribir mensajes en redes sociales o en aplicaciones de mensajería instantánea.

Las heterografías no tenían tanta repercusión cuando los usuarios se limitaban a intercambiar emails o mensajes de texto. No

obstante, esta situación ha cambiado en los últimos años debido al creciente uso de las redes sociales. En efecto, un 92 % de los internautas tiene perfil en al menos una red social, y el 70 % en al menos tres de ellas (FCINCO, 2016). A esto se añade el hecho de que pasamos casi dos horas al día conectados a Internet actualizando o leyendo redes sociales (ídem). Por lo tanto, esta exposición mediática que están teniendo los jóvenes en la actualidad, algunos con cientos de seguidores en sus cuentas, ha hecho que exista una creciente tendencia a prestar atención no solo al contenido sino también a la forma de redactarlo. Así lo señala Grijelmo cuando indica que en redes sociales “ahora también transmitimos nuestra propia imagen a través de la escritura” (2016). En efecto, según una encuesta que recoge un artículo publicado por Morrison (2017) y que se realizó a 5 500 solteros estadounidenses en 2016 en el sitio web de citas Match.com, un 39 % de los usuarios juzgaba la compatibilidad que tenían con otros en función del correcto uso de la gramática. Del mismo modo, en este mismo artículo se recogen testimonios de profesores de universidades prestigiosas que afirman que es necesario que los estudiantes sean conscientes de que un buen uso de la ortografía y gramática es una habilidad básica necesaria para el desarrollo exitoso de su carrera profesional.

Asimismo, últimamente los errores ortográficos han llegado a ser causa de revuelo mediático, sobre todo cuando son personas conocidas las que los cometen. Así lo explica Silva (2017) al recordar la transcendencia que tuvo un mensaje en Instagram Stories de Dulcedia, considerada una de las mayores *influencers* de España, debido a las numerosas faltas de ortografía que cometió. De hecho, “La vecina rubia” publicó el mensaje corregido y animó a los jóvenes a estudiar y a no querer solo convertirse en *influencers* (Figura 1).



Figura 1: Mensaje de Dulceida corregido por la vecina rubia. Fuente: Twitter

Volvemos a citar las palabras de Grijelmo (2017) en las que explica cómo parece haber surgido una tendencia últimamente a pedir “socorro” ante la situación de descuido ortográfico: “Todos incurrimos en errores ortográficos, por descuido o por ignorancia. Si son aislados la fiebre baja enseguida. El problema radica en su reiteración y, sobre todo, en no ser consciente de las propias carencias. Porque eso a corto plazo impide pedir socorro; y a la larga dificulta la cura” (Grijelmo, 2017).

Ante la reiteración que parece haber a la hora de cometer faltas en numerosos medios de comunicación y por parte de personas conocidas que cuentan con un gran número de seguidores entre el

público joven, diversas cuentas de Twitter han popularizado el buen uso del español en redes, como es el caso de @lavecinarubia (407 mil seguidores) o @ElCorrectorDeTV (12.3 mil seguidores). Del mismo modo, el servicio de resolución de dudas de la RAE a través de Twitter mediante su cuenta @RAEinforma, con un total de 1,15 millones de seguidores, goza de gran popularidad ante el gran número de solicitudes que reciben a diario, lo que ha servido para extender el uso de un servicio que ya funcionaba desde 1998 (Moreno, 2013). La cuenta de la Fundéu BBVA tiene por su parte 254 mil seguidores y promueve igualmente el buen uso del español a través de sus numerosas recomendaciones para medios de comunicación y las dudas que resuelven a diario a los usuarios que las plantean.

Hay que tener en cuenta que según el último informe del Instituto Cervantes (2017: 32), el español es la tercera lengua más utilizada en la red (por detrás del inglés y chino) y segunda lengua más utilizada en Twitter y Facebook, consideradas las dos principales redes sociales del mundo. En este mismo informe se indica, en base a datos de un estudio previo realizado en 2013 por Mocanu et al., que el potencial de crecimiento del número de usuarios de Facebook en español es muy elevado en comparación con el de inglés y que el español es la segunda lengua más utilizada en Twitter en ciudades de habla inglesa como Londres o Nueva York. Estos datos demuestran el peso del español en la comunicación en Internet en la actualidad. Es por ello que consideramos relevante realizar el estudio y analizar, a través del uso de diferentes *hashtags* utilizados por usuarios de Twitter, la influencia que pueden tener diferentes cuentas a la hora de dar a conocer el buen uso de la ortografía y gramática entre los usuarios.

### **3. Metodología**

La Comunicación Mediada por Ordenador (CMO) se define como el conjunto de modalidades de interacción que surgen al aplicar las nuevas tecnologías a la comunicación pública e interpersonal (Pano y Moya, 2016). Cada vez más se utilizan los textos disponibles en Internet para el estudio lingüístico y discursivo siguiendo una metodología de corpus (Fletcher, 2004). De hecho, tal y como indican Kilgarrif y Grefenstette (2003), un número creciente de investigadores recurren a la web como fuente de datos lingüísticos por la cantidad de información que se encuentra y por su actualización de uso y disponibilidad al instante. En el caso de este estudio, para buscar el impacto y la proyección de cuentas que promueven el buen uso de la ortografía en la web, decidimos utilizar la herramienta KeyHole, que se basa en la búsqueda de información a gran escala en redes sociales, en este caso para la recolección de datos de Twitter. Esta red social se puede definir como un servicio online de microblogging que reúne las características de blogs, redes sociales y mensajería instantánea (Statista, 2016). Una de las razones de su éxito es su simplicidad, ya que es una forma rápida de mantenerse al tanto de la actualidad, a pesar del aumento de caracteres que permitió la red en 2017 al pasar a 280. Además, desde la llegada del presidente Trump, esta red social ha ido ganando protagonismo en la conversación pública (El País, 2017).

El objetivo de este estudio es presentar datos estadísticos de un corpus de mensajes extraídos de la red social Twitter en los que se defiende el buen uso de la ortografía, siguiendo la metodología de análisis de contenido a través de KeyHole. La utilización de esta herramienta en comparación con otras disponibles en la web se debe a su facilidad de uso y la posibilidad de obtener información

útil para esta investigación de forma gratuita. Por las limitaciones de este estudio, decidimos realizar la búsqueda del contenido aportado por tres *hashtags* relacionados con la promoción del buen uso de la ortografía y gramática durante un periodo de tiempo de dos semanas (del 27 de marzo al 7 de abril de 2018). Limitamos la búsqueda a este periodo para mostrar su relevancia actual ante la imposibilidad de abarcar la cantidad de datos que se obtienen a través de la red social a diario. Estos fueron los tres *hashtags* de búsqueda que seleccionamos en base a su reciente popularidad de uso en Twitter: #escribirbienesdeguapas, #ponUncorrectorEnTuVida y #RAEconsultas. No incluimos en el estudio el *hashtag* popularizado por la Fundéu BBVA y Twitter (#acentúate) (EFE, 2015) para promover el buen uso del español en redes sociales puesto que, a pesar de que se convirtiera en tendencia cuando se puso en marcha la campaña (septiembre de 2015), no se ha apreciado un uso reciente de la misma.

A partir de la herramienta KeyHole obtuvimos una serie de gráficos que mostraban su frecuencia de uso, los tuits más populares con ese *hashtag* en función del número de “me gustas” y retuits obtenidos, otros *hashtags* relacionados y el uso del mismo en otras partes del mundo. Los resultados se analizan en el siguiente apartado.

#### **4. Resultados**

Los resultados los mostramos en función a cada uno de los *hashtags* analizados, para lo que utilizaremos distintos apartados.

#### 4.1. Análisis del hashtag #escribirbienesdeguapas

Este *hashtag* lo ha puesto de moda la cuenta de @lavecinarubia, que se caracteriza por su defensa de la ortografía de una forma cómica y por sus constantes consultas a la RAE. El tuit más popular obtenido del análisis de este *hashtag* durante estas dos semanas fue el de esta cuenta, y llegó a alcanzar más de 1 000 “me gustas” (Figura 2).



Figura 2: Tuit con el hashtag #escribirbienesdeguapas. Fuente: Twitter

En la gráfica que aparece a continuación (Figura 3) se puede observar el uso del *hashtag* en este periodo, que alcanzó su mayor popularidad entre el 29 y 30 de marzo, así como el 6 de abril. En total hubo 99 tuits de 93 usuarios diferentes y alcanzaron más de 100.000 visualizaciones. Otros tuits relacionados incluyeron *hashtags* como #tengopelazoycerebrodebajo, #leeresdeguapas, #laprimaveratenublalaortografía o #lasletrasconhumorentranmejor, todos en clave humorística, algo que como indicamos anteriormente caracteriza a la cuenta de @lavecinarubia. En cuanto a la localización de los usuarios, los porcentajes más relevantes muestran que un 71.74 % se encontraba en España, un 4.35 % en EE. UU., un 4.3 % en Colombia, un 2.17 % en Canadá y un 2.17 % en México y Argentina.



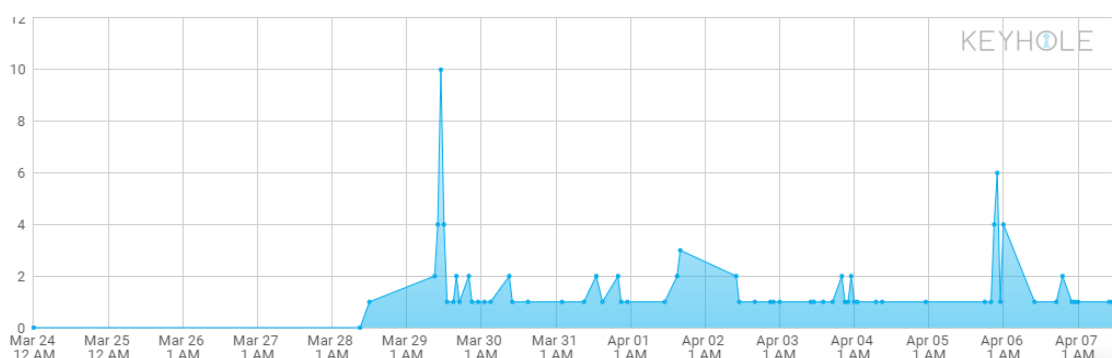


Figura 3: Uso del hashtag #escribierbienedesguapas. Fuente: Keyhole

Esta cuenta ha además popularizado el uso del “conejito ortográfico” para criticar el reiterado empleo incorrecto de diversos aspectos gramaticales y ortográficos, tal y como se muestra en las siguientes figuras (Figura 4 y 5):



Figura 4: Uso del conejito ortográfico en Twitter. Fuente: Twitter

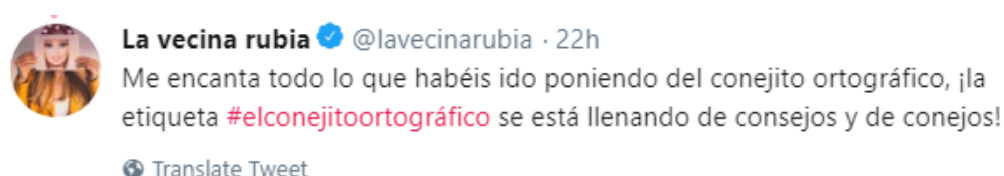


Figura 5: Uso del conejito ortográfico en Twitter. Fuente: Twitter

#### 4.2. Análisis del *hashtag* #ponUncorrectorEnTuVida

El tuit más popular obtenido del análisis de este *hashtag* fue el de la cuenta de @Scheherezade\_SL, una traductora de reconocido prestigio, con 286 “me gustas” (Figura 6).

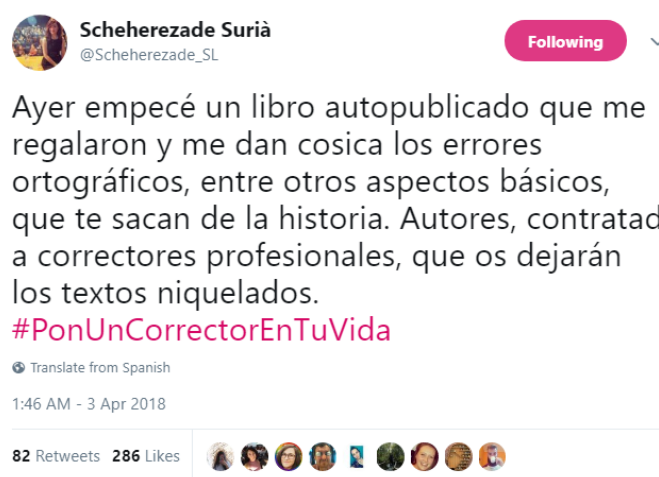


Figura 6: Tuit con el *hashtag* #PonUnCorrectorEnTuVida.  
Fuente: Twitter

En la siguiente gráfica se puede observar que su uso más extendido fue durante la primera semana de abril y alcanzó su mayor pico el 6 de abril (Figura 7):

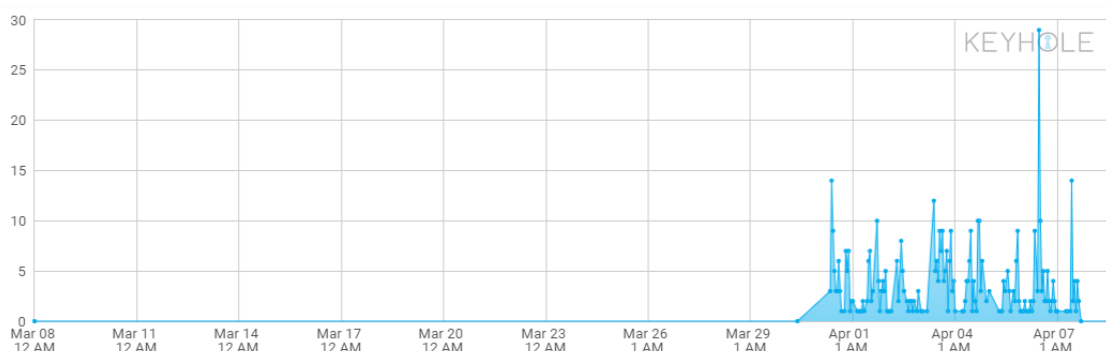


Figura 7: Uso del hashtag #PonUnCorrectorEnTuVida. Fuente: Keyhole

*Hashtags* relacionados con este fueron #mátamecamión, #revisiónycorrección o #lastildessongratis. Hubo un total de 500 tuits con este *hashtag* provenientes de 332 usuarios diferentes y de nuevo su contenido alcanzó a más de 100 000 usuarios. En cuanto a la localización de los usuarios, los porcentajes más relevantes muestran que un 75 % se encontraba en España, 6.44 % en EE. UU, 3.79 % en México, 2.27 % en Argentina.

#### 4.3. Análisis del hashtag #RAEconsultas

En este caso el tuit más popular de esta cuenta durante este periodo fue la respuesta de la cuenta RAEInforma a un usuario que preguntaba sobre el lenguaje inclusivo (Figura 8):

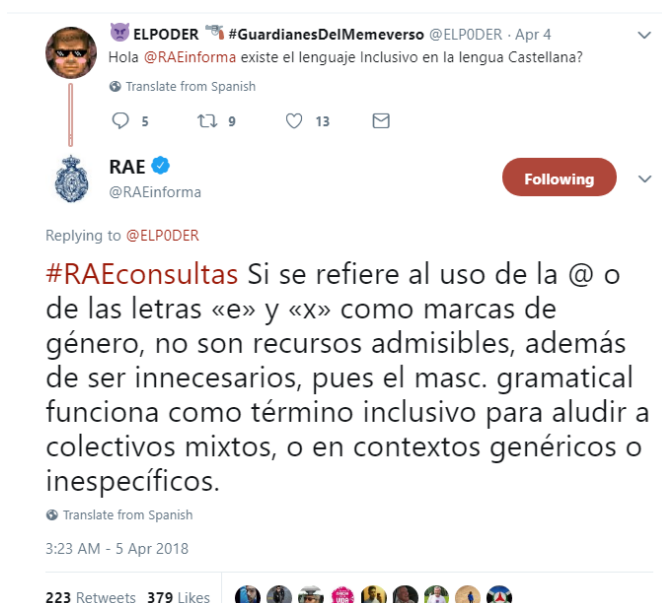


Figura 8: Tuit con el *hashtag* #RAEconsultas. Fuente: Twitter

El gráfico muestra que su uso ha sido limitado en la última semana de marzo y ha vuelto a alcanzar popularidad en abril (Figura 9).

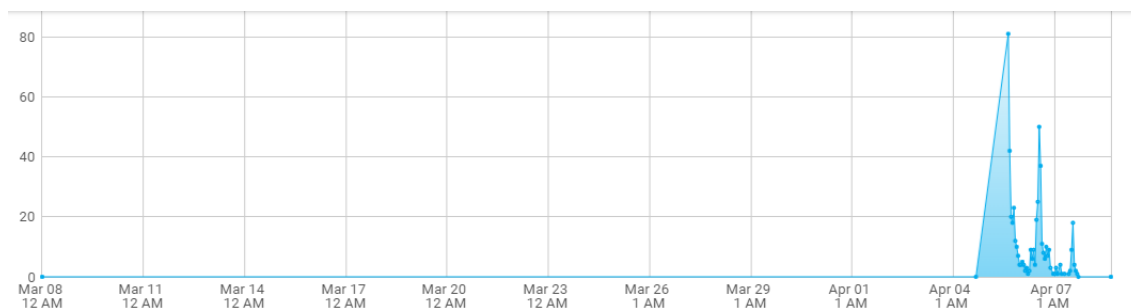


Figura 9: Uso del *hashtag* #RAEconsultas. Fuente: Twitter

Hubo un total de 500 tuits de 370 usuarios y más de 100 000 personas vieron su contenido. Entre los porcentajes de localización más altos se encuentran los siguientes países: España (53.56 %),

México (8.98 %) EE. UU. (3.1 %), Argentina (4.95 %), Perú (2.79 %), Colombia (4.95 %) y Venezuela (4.64 %).

#### **4.4. Recapitulación**

Tal y como indicaban Burgos et al. en su estudio de 2016, podemos afirmar que las nuevas tecnologías están modificando la forma de comunicarnos, consumir y acceder a la información, ya que han hecho que esta sea mucho más inmediata. No obstante, y sobre todo entre la población joven al utilizar dispositivos móviles, aunque se haya observado una mayor atención al contenido del mensaje y no tanto a la forma de redactarlo, coincidimos con Grijelmo (2016) en que las nuevas tecnologías también han hecho que los usuarios empiecen a detenerse a pensar en cómo están escribiendo, ya que esto puede constituir una carta de presentación ante las personas que lo leen. En este sentido, volvemos a remitirnos a la afirmación de Muller cuando en 2012 señalaba que los usuarios eran conscientes de que escribir un mensaje con faltas gramaticales o de ortografía puede resultar en una devaluación del mismo por parte del público receptor.

Con este estudio hemos podido demostrar que las iniciativas a favor del buen uso de la ortografía y gramática en redes sociales contribuyen de forma positiva y amena a dar visibilidad a estos aspectos, ya que, aunque solo hemos mostrado determinados ejemplos por las limitaciones de esta investigación, las consultas que se hacen a diario a la RAE pueden variar desde dudas sobre términos concretos hasta la forma de utilizar un determinado aspecto gramatical. Del mismo modo, cabe destacar que, tal y como evidenciaba Simarro (2016) en su estudio sobre tuits humorísticos, las restricciones formales de Twitter generan, como hemos podido

comprobar, textos humorísticos para defender el buen uso de la ortografía. Asimismo, hemos podido observar que, tal y como se indicaba en el informe de Instituto Cervantes (2017), un gran número de usuarios que tuitean en español, en este caso sobre temas de corrección lingüística, se encuentran en EE. UU., por lo que el impacto de estas cuentas es aún mayor.

Ante las limitaciones temporales del análisis de datos de este estudio, será de gran interés continuar la investigación y seguir haciendo comparaciones durante mayores periodos de tiempo y en diferentes años para comprobar la evolución del contenido que aporta la búsqueda de estos *hashtags*. No obstante, como usuaria activa de Twitter puedo afirmar que su uso es de gran actualidad y relevancia a diario en la red social.

## **5. Conclusiones**

El extenso uso de las redes sociales como medio de información y de socialización hace que muchas personas estén expuestas de forma constante a la lengua escrita. Por tanto, a pesar de la inmediatez que requiere la comunicación a través de las mismas y de que se suelen seguir las reglas del código oral a la hora de escribir mensajes, suponen igualmente un modo de difusión del correcto uso de la ortografía y gramática. Esto lo hemos podido comprobar en nuestro análisis con el gran número de visualizaciones que tienen los tuits que promueven la corrección lingüística. Además, es importante tener en cuenta los mensajes que se publican en Twitter con este fin, puesto que esta red social constituye una fuente de datos lingüísticos de actualidad. Como indicaba Moreno Fernández en un artículo que publicó en *El País* (2013) cuando un periodista costarricense le preguntó sobre cómo

creía que beneficiaba al español la expansión del uso de Twitter: “cualquier enunciado, por menudo que sea, beneficia a la lengua en que se expresa y ningún uso es pequeño”. En efecto, como este autor indicaba en este mismo artículo “cuanto más usamos una lengua, mayor es su valor, por cortos que sean los mensajes emitidos”. De esta forma, consideramos que la popularidad de uso de estos *hashtags* y su gran nivel de visualización por parte de miles de usuarios en las redes sociales permiten generar cada vez una mayor concienciación sobre la corrección ortográfica y gramatical. Es cierto que la rapidez que parece exigirse a la hora de escribir en redes sociales puede en numerosas ocasiones provocar determinadas faltas por parte de los usuarios. No obstante, podemos afirmar que cada vez más se considera el correcto uso de nuestra lengua en los mensajes que escribimos en redes sociales como una carta de presentación, ya que, como diría la vecina rubia hoy en día “escribir bien es de guapas” (y guapos).

## **6. Bibliografía**

- Burgos, Avila; Guisselle, Cynthia; Castillo, Grados; Abigail, Paola; Pacaya, Tejada y Marjhory, K. (2016). *Ortografía en el whatsapp*.  
<<http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/5127>>.  
(14/02/2018).
- Díaz, Vicente (2011). “Mitos y realidades de las redes sociales”. *Revista de Ciencias Sociales. Prisma Socia*, 6: pp. 340-366.
- EFE (2015). “Fundéu y Twitter se unen para promover la ortografía con *#acentúate*”.  
<<https://www.efc.com/efe/espana/cultura/fundeu-bbva-y->

twitter-se-unen-para-promover-la-ortografia-con-acentuate/10005-2714073>. (14/02/2018).

El País (2017). “Twitter aumenta el límite a 280 caracteres para todos los usuarios”. <[https://www.lavozdegalicia.es/noticia/sociedad/2017/07/30/falta-lectura-supera-uso-redes-sociales-causa-mala-ortografia/0003\\_201707G30P62991.htm](https://www.lavozdegalicia.es/noticia/sociedad/2017/07/30/falta-lectura-supera-uso-redes-sociales-causa-mala-ortografia/0003_201707G30P62991.htm)>. (14/02/2018).

FCINCO (2016). “Los 10 grandes errores que han cometido los famosos en las redes sociales”. *El Mundo*. <<http://www.elmundo.es/f5/2016/09/13/57d7ea0546163f776a8b45e6.html>>. (14/02/2018).

Fletcher, Willian H. (2004). “Facilitating the compilation and dissemination of ad hoc web corpora”. Eds. Guy Aston, Silvia Bernardini y Dominic Stewart. *Corpora and Language Learners*. Ámsterdam: John Benjamins. pp. 273-300. (14/02/2018).

Grijelmo, Álex (2016). “La imagen de las palabras”. <[https://elpais.com/cultura/2016/01/19/actualidad/1453233335\\_759433.html](https://elpais.com/cultura/2016/01/19/actualidad/1453233335_759433.html)>. (14/02/2018).

Grijelmo, Álex (2017). “Ortografía pringosa”. <[https://elpais.com/elpais/2017/05/12/opinion/1494588832\\_619231.html](https://elpais.com/elpais/2017/05/12/opinion/1494588832_619231.html)>. (14/02/2018).

Gumiel, Silvia (2017). “Más del 90 % de los jóvenes entre 14 y 30 años admiten que cometen faltas de ortografía cuando utilizan dispositivos móviles”. <<http://portalcomunicacion.uah.es/diario-digital/reportaje/mas-del-90-de-los-jovenes-entre-14-y-30-anos-admiten-que-cometen-faltas-de-ortografia-cuando-utilizan-dispositivos-moviles.html>>. (14/02/2018).



- Imaña, Tania (2011). “Facebook, tejiendo la telaraña de las redes sociales”. *Razón y Palabra*, 1. <<http://www.redalyc.org/html/1995/199520934009/>>. (14/02/2018).
- Instituto Cervantes (2017). *El español: una lengua viva. Informe 2017*. <[https://cvc.cervantes.es/lengua/espanol\\_lengua\\_viva/pdf/espanol\\_lengua\\_viva\\_2017.pdf](https://cvc.cervantes.es/lengua/espanol_lengua_viva/pdf/espanol_lengua_viva_2017.pdf)>. (14/02/2018).
- Kilgarriff, Adam y Grefenstette, Gregory (2003). “Introduction to the special issue on the web as corpus”, *Computational Linguistics*, 29 (3): pp. 333-348.
- Mancera, Ana y Pano, Ana (2014). “Las redes sociales como corpus de estudio para el Análisis del discurso mediado por ordenador”. *Humanidades Digitales: desafíos, logros y perspectivas de futuro*. Janus, Anexo 1: pp. 305-315.
- Martínez de Sousa, José (2004). *Ortografía y ortotipografía del español actual*. Gijón, Trea.
- Mocanu, Delia; Baronchelli, Andrea; Perra, Nicola; Gonçalves, Bruno; Zhang, Qian y Vespignani, Alessandro (2013). “The Twitter of Babel: Mapping World Languages through Microblogging Platforms”. *PLoS ONE*, 8 (4): s. p.
- Moreno Fernández, Francisco (2013). “Las lenguas de Twitter”. *El País*. <[https://elpais.com/elpais/2013/02/22/opinion/1361559730\\_138297.html](https://elpais.com/elpais/2013/02/22/opinion/1361559730_138297.html)>. (14/02/2018).
- Moreno, Arancha (2013). “La RAE y la Fundéu, grandes asesoras del lenguaje en Internet”. <<https://www.fundeu.es/noticia/la-rae-y-la-fundeu-grandes-asesoras-del-lenguaje-en-internet/>>. (14/02/2018).

- Morrison, Lennox (2017). “The true importance of good spelling”. *BBC Capital*. <<http://www.bbc.com/capital/story/20170807-the-true-importance-of-good-spelling>>. (14/02/2018).
- Pano, Ana y Moya, Patricio (2016). “Una aproximación a los estudios sobre el discurso mediado por ordenador en lengua española”, *Tonos digital: Revista electrónica de estudios filológicos*, 30: pp. 1-30.
- RTVE (2012). “Las redes sociales se unen a la batalla contra las faltas de ortografía”. <<http://www.rtve.es/noticias/20120418/redes-sociales-se-unen-batalla-contra-faltas-ortografia/516967.shtml>>. (14/02/2018).
- Silva, Yohanna (2017). “La falta de lectura supera al uso de redes sociales como causa de la mala ortografía”. *La Voz de Galicia*. <[https://www.lavozdegalicia.es/noticia/sociedad/2017/07/30/falta-lectura-supera-uso-redes-sociales-causa-mala-ortografia/0003\\_201707G30P62991.htm](https://www.lavozdegalicia.es/noticia/sociedad/2017/07/30/falta-lectura-supera-uso-redes-sociales-causa-mala-ortografia/0003_201707G30P62991.htm)>. (14/02/2018).
- Simarro, María (2016). “Mecanismos de humor verbal en Twitter”. *Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital*, 5 (2): 32-57.
- Statista (2016). “Twitter en España. Datos estadísticos”. <<https://es.statista.com/temas/3595/twitter-en-espana/>>. (14/02/2018).
- Torres, Javier (2017). “La ortografía y las redes sociales”. *Wall Street International*. <<https://wsimag.com/es/cultura/18328-la-ortografia-y-las-redes-sociales>>. (14/02/2018).

**Este mismo texto en la web**

<http://revistacaracteres.net/revista/vol8n2noviembre2019/ortografia>

# {CARAC TERES}

**Estudios culturales y críticos de la esfera digital**

## PETICIÓN DE CONTRIBUCIONES – CALL FOR CONTRIBUTIONS

*Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital* es una publicación académica independiente **en torno a las Humanidades Digitales** con un reconocido consejo editorial, especialistas internacionales en múltiples disciplinas como consejo científico y un sistema de selección de artículos de doble ciego basado en informes de revisores externos de contrastada trayectoria académica y profesional. **El próximo número (vol. 9 n. 1, mayo 2020) está abierto a la recepción de colaboraciones.**

Los temas generales de la revista comprenden las disciplinas de Humanidades y Ciencias Sociales en su mediación con la tecnología y con las Humanidades Digitales. **La revista está abierta a recibir contribuciones misceláneas dentro de todos los temas de interés para la publicación.**

La revista está abierta a la recepción de artículos todo el año, pero hace especial hincapié en los tiempos máximos para garantizar la publicación en el número más próximo. Puede consultar las normas de publicación y la hoja de estilo a través de la sección específica de la web <<http://revistacaracteres.net/normativa/>>. Para saber más sobre nuestros objetivos, puede leer nuestra declaración de intenciones. **La recepción de artículos para el siguiente número se cerrará el 14 de marzo de 2020** (las colaboraciones recibidas con posterioridad a esa fecha podrían pasar a un número posterior). Los artículos deberán cumplir con las normas de publicación y la hoja de estilo. Se enviarán usando nuestro OJS <<http://revistacaracteres.net/ojs/index.php/caracteres/>>.

*Caracteres* se edita en España bajo el ISSN 2254-4496 y está recogida en bases de datos, catálogos e índices nacionales e internacionales como **Scopus, ESCI, ERIH Plus, Latindex, MLA**, Fuente Académica Premier o DOAJ. Puede consultar esta información en la sección correspondiente de la web <<http://revistacaracteres.net/bases-de-datos/>>.

Le agradecemos la posible difusión que pueda aportar a la revista informando sobre su disponibilidad y periodo de recepción de colaboraciones a quienes crea que les puede interesar.

## PETICIÓN DE CONTRIBUCIONES – CALL FOR CONTRIBUTIONS

*Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital* is an independent **journal on Digital Humanities** with a renowned editorial board, international specialists in a range of disciplines as scientific committee, and a double blind system of article selection based on reports by external reviewers of a reliable academic and professional career. **The next issue (vol. 9 n. 1, May 2020) is now open to the submission of contributions.**

The general topics of the journal include the disciplines of Humanities and Social Sciences in its mediation with the technology and the Digital Humanities. **The journal is now open to the submission of miscellaneous contributions** within all the relevant topics for this publication.

While the journal welcomes submissions throughout the year, it places special emphasis on the advertised deadlines in order to guarantee publication in the latest issue. Both the publication guidelines and the style sheet can be found in a specific section of our webpage <<http://revistacaracteres.net/normativa/>>. To know more about our objectives, the declaration of principles of the journal can be consulted. **The deadline for the reception of papers is March 14th, 2020** (contributions submitted at a later date may be published in the next issue). Articles should adhere to the publication guidelines and the style sheet, and should be sent by our OJS <<http://revistacaracteres.net/ojs/index.php/caracteres/>>.

*Caracteres* is published in Spain (ISSN: 2254-4496) and it appears in national and international catalogues, indexing organizations and databases, such as **Scopus, ESCI, ERIH Plus, Latindex, MLA, Fuente Académica Premier** or **DOAJ**. More information is available in the website <<http://revistacaracteres.net/bases-de-datos/>>.

We appreciate the publicity you may give to the journal reporting the availability and the call for papers to those who may be interested.



## **Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital**



<http://revistacaracteres.net>

Noviembre de 2019. Volumen 8 número 2

<http://revistacaracteres.net/revista/vol8n1mayo2019/>

### **Contenidos adicionales**

Campo conceptual de la revista Caracteres  
<http://revistacaracteres.net/campoconceptual/>

Blogs

<http://revistacaracteres.net/blogs/>

### **Síguenos en**

Twitter

[http://twitter.com/caracteres\\_net](http://twitter.com/caracteres_net)

Facebook

<http://www.facebook.com/RevistaCaracteres>