

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v6i1.3527>

Nuevos códigos lingüísticos, en el comportamiento comunicacional juvenil: retos y oportunidades en la era digital hacia la transformación del lenguaje

New linguistic codes in youth communication behavior: challenges and opportunities in the digital era towards language transformation

Antony Ariel Estacio Gonzales

aestacio@mail.es.ueb.edu.ec
<https://orcid.org/-0009-1067-7721>
Universidad Estatal de Bolívar
Guaranda – Ecuador

Valeria Sofía Bonilla Peñafiel

Valbonilla@mail.es.ueb.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0001-2877-7407>
Universidad Estatal de Bolívar
Guaranda – Ecuador

Diana Carolina Vasquez Niama

diana.vasquez@ueb.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-8854-2290>
Universidad Estatal de Bolívar
Guaranda – Ecuador

Artículo recibido: 14 de febrero de 2025. Aceptado para publicación: 28 de febrero de 2025.
Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.

Resumen


La presente investigación analiza los nuevos códigos lingüísticos y su incidencia en el comportamiento comunicacional de los jóvenes al utilizar el lenguaje en las redes sociales y mensajes de texto a menudo es más informal que la expresión utilizado en situaciones formales. La metodología empleada es descriptiva porque permitió detallar el fenómeno o situación en particular, sin necesidad de establecer relaciones causales entre las categorías estudiadas con un enfoque mixto, recopilando datos sobre los nuevos códigos lingüísticos y su incidencia en las interacciones de los jóvenes en la ciudad de Guaranda. Los principales resultados mostraron que una mayoría significativa de estudiantes están abiertos a experimentar con nuevos códigos lingüísticos, lo que sugiere adaptabilidad y mejorar la efectividad comunicacional en entornos virtuales. Los jóvenes están encontrando nuevas formas de expresarse y comunicarse a través de la tecnología, lo que puede llevar a la creación de nuevas formas de arte y cultura. El metaverso permite a los jóvenes conectarse con personas de todo el mundo y aprender sobre diferentes culturas y formas de pensar. El estudio confirmó que los nuevos códigos lingüísticos inciden en el comportamiento comunicacional de los estudiantes, esto permitió la producción de un audiovisual formato Podcast con explicaciones comprensibles de nuevos códigos lingüísticos y modos de comunicación, facilitando la comprensión intergeneracional y la cohesión social. Es importante que los jóvenes y otros miembros de la sociedad comprendan y se aprendan los nuevos códigos lingüísticos para evitar malentendidos y facilitar la comunicación efectiva. Estos pueden ser una fuente de creatividad e innovación, permitiendo a los jóvenes expresarse de manera original y crear nuevas formas de comunicación.

Palabras clave: comportamiento comunicacional, formación de grupos, interacciones intergeneracionales, modos de comunicación, nuevos códigos lingüísticos

Abstract

The present research analyzes the new linguistic codes and their impact on the communication behavior of young people when using language on social networks and text messages is often more informal than the expression used in formal situations. The methodology used is descriptive because it allowed to detail the particular phenomenon or situation, without the need to establish causal relationships between the categories studied with a mixed approach, collecting data on the new linguistic codes and their impact on the interactions of young people in the city of Guaranda. The main results showed that a significant majority of students are open to experimenting with new linguistic codes, suggesting adaptability and improving communication effectiveness in virtual environments. Young people are finding new ways to express themselves and communicate through technology, which can lead to the creation of new forms of art and culture. The metaverse allows young people to connect with people from all over the world and learn about different cultures and ways of thinking. The study confirmed that new linguistic codes have an impact on students' communication behaviour. This allowed the production of an audiovisual podcast with understandable explanations of new linguistic codes and modes of communication, facilitating intergenerational understanding and social cohesion. It is important that young people and other members of society understand and learn new linguistic codes to avoid misunderstandings and facilitate effective communication. These can be a source of creativity and innovation, allowing young people to express themselves in an original way and create new forms of communication.

Keywords: communicational behavior, group formation, intergenerational interactions, communication modes, new linguistic codes

Todo el contenido de LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, publicado en este sitio está disponibles bajo Licencia Creative Commons. 

Cómo citar: Estacio Gonzales, A. A., Bonilla Peñafiel, V. S., & Vasquez Niama, D. C. (2025). Nuevos códigos lingüísticos, en el comportamiento comunicacional juvenil: retos y oportunidades en la era digital hacia la transformación del lenguaje. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades* 6 (1), 2686 –2698. <https://doi.org/10.56712/latam.v6i1.3527>

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación se centra en el análisis de los nuevos códigos lingüísticos y su incidencia en el comportamiento comunicacional de los estudiantes de segundo y tercero de Bachillerato General Unificado (BGU) de la Unidad Educativa Pedro Carbo durante el período de junio a diciembre de 2023. El notable impacto que las plataformas digitales tienen en la comunicación cotidiana de los jóvenes, genera nuevos patrones y expresiones lingüísticas que a menudo no son comprendidas por generaciones anteriores, lo que provoca una brecha intergeneracional significativa en el uso y la comprensión del lenguaje.

La razón principal de esta investigación radica en la necesidad de entender cómo la evolución de la comunicación digital está moldeando el comportamiento comunicacional de los jóvenes. Como investigadores con un conocimiento y pertenencia al contexto estudiado, se tiene una perspectiva única que permite aportar una visión fresca y actualizada sobre este fenómeno, comprender estas dinámicas es crucial para mejorar la comunicación intergeneracional.

La metodología empleada es de tipo descriptivo y se basa en un enfoque cuali-cuantitativo. Se utilizaron métodos de investigación como encuestas y cartografías sociales para recopilar datos sobre los nuevos códigos lingüísticos utilizados por los estudiantes y su incidencia en sus modos de comunicación. La población de estudio está constituida por los estudiantes de segundo y tercero BGU de la Unidad Educativa Pedro Carbo, y se utilizó un muestreo intencional para seleccionar a los participantes.

El objetivo general de esta investigación es analizar los nuevos códigos lingüísticos y su incidencia en el comportamiento comunicacional de los estudiantes. Los objetivos específicos incluyen identificar los nuevos códigos lingüísticos utilizados por los estudiantes en sus interacciones diarias en plataformas digitales, describir cómo estos códigos afectan la formación de grupos y las interacciones intergeneracionales, y proponer un podcast que facilite la comprensión de estos nuevos códigos para promover la cohesión social.

METODOLOGÍA

El presente trabajo de investigación fue conducido mediante un enfoque mixto Hernández-Sampieri (2018), que ha permitido explorar la riqueza y la subjetividad de los nuevos códigos lingüísticos emergentes y posibilitó la obtención de datos numéricos que facilitaron el análisis estadístico y la identificación de patrones o tendencias a nivel más general. Posterior a la información obtenida de la ejecución de técnicas e instrumentos cuali-cuantitativos se procedió a la producción de un audiovisual formato podcast fue seleccionada ya que de acuerdo con Bonini (2015) los podcasting son considerados como uno de los nuevos medios de comunicación que predomina en las audiencias digitales disminuyendo las brechas intergeneracionales y fomentando la formación de grupos.

DESARROLLO

La Comunicación

La comunicación es un proceso esencial en la interacción humana que implica el intercambio de información entre individuos. Según Barbero (2003), la comunicación no solo se trata de transmitir datos, sino de construir significados compartidos, influenciados por factores culturales y sociales. (De los medios a las mediaciones)

La afirmación del autor destaca la profundidad y complejidad propia de la comunicación humana, en lugar de limitarse a la transmisión de datos, la comunicación se revela como un proceso que va más allá, involucrando la construcción activa de significados compartidos. Esta perspectiva subraya la

influencia crucial de los contextos culturales y sociales en la interpretación y comprensión de la información intercambiada entre individuos. En consecuencia, la comunicación se establece como un fenómeno dinámico y en constante evolución, donde la interacción no solo transmite información, sino que también moldea la realidad compartida entre quienes participan en ella.

Comunicación y Lenguaje

Ferrer señala que “el lenguaje es el punto de partida de la comunicación, en tanto que la comunicación contribuye a ensanchar los territorios del lenguaje”. (Santos García, 2012)

La estrecha conexión entre la comunicación y el lenguaje es innegable. El lenguaje actúa como el vehículo fundamental que facilita la transmisión de ideas y la edificación de significados compartidos. En este sentido, se podría decir que la comunicación, en su esencia, depende en gran medida del lenguaje como herramienta central para la expresión y comprensión mutua. La capacidad de construir significados compartidos a través del lenguaje es esencial para el desarrollo de sociedades y culturas cohesionadas.

Comunicación digital

Barredo, Rodrigues e Hidalgo (2021) define la comunicación digital como el intercambio de información y datos a través de redes informáticas y dispositivos digitales, destacando la importancia de la interactividad, la multimodalidad y la convergencia de medios en el entorno digital.

A diferencia de los medios tradicionales, permite a los usuarios interactuar de manera bidireccional, crear, compartir y responder en tiempo real, integrando diversos tipos de medios como texto, imágenes, audio y video en una sola plataforma.

Adaptación del Lenguaje

En el estudio realizado por Yuri Charaja (2021) manifiesta que:

La adaptación del lenguaje gamer depende de los nuevos requerimientos y normas que se presenten en la comunidad de jugadores. Debido a que los videojuegos pueden considerarse como entornos digitales -así como las redes sociales- entonces el lenguaje gamer se adapta constantemente conforme los nuevos videojuegos son lanzados a este mercado cada vez más competitivo. (págs. 16-46)

Si relacionamos la adaptación del lenguaje gamer con la adaptación de los nuevos códigos lingüísticos en los estudiantes implica modificar el lenguaje, tanto en términos de vocabulario como de tono, para que sea más efectivo y apropiado en diferentes situaciones, la adaptación del lenguaje es crucial para lograr una comunicación clara, comprensible y respetuosa en diversos contextos.

Creación de Neologismos

La creación de neologismos es un proceso creativo que refleja la inventiva lingüística de la sociedad. En palabras de Corominas referenciado por González (2023) señala que los neologismos pueden surgir por motivos semánticos, léxicos o sintácticos, enriqueciendo la lengua con nuevas expresiones. (pág. 60)

La creación de neologismos constituye un fenómeno lingüístico fascinante que ilustra la inventiva y dinamismo de una sociedad. Según Corominas, estos términos recién acuñados pueden emerger debido a motivaciones semánticas, léxicas o sintácticas, desempeñando así un papel vital en la expansión y enriquecimiento constante de la lengua con expresiones innovadoras. Este proceso

creativo refleja la capacidad adaptativa del lenguaje para captar y expresar las cambiantes realidades y experiencias de la sociedad.

¿Qué son los Códigos Lingüísticos?

Los códigos lingüísticos son sistemas de símbolos y reglas que permiten la comunicación. Para Halliday mencionado por Espinoza y Cortez (2019), indica que los códigos lingüísticos abarcan tanto el lenguaje verbal como los sistemas no verbales, siendo herramientas fundamentales para la expresión de significados. (págs. 11-27)

En esencia, son herramientas esenciales que permiten a las personas transmitir mensajes y entenderse entre sí, ya sea a través de palabras habladas o escritas, así como mediante otros medios no verbales. Este enfoque amplio resalta la importancia integral de los códigos lingüísticos en la construcción y transmisión de significados en la comunicación.

Evolución del lenguaje

Harry Jerison mencionado por Roger Lewin en su libro *Human Evolution: an Illustrated Introduction* sostiene que:

El papel del lenguaje en la comunicación evolucionó al principio como un efecto secundario de su papel fundamental en la construcción de la realidad, podemos pensar en el lenguaje como expresión de otra contribución neuronal a la construcción de imágenes mentales.... Necesitamos el lenguaje más para contar historias que para dirigir las acciones. (Lewin, 2005)

La afirmación de autor, sugiere que el lenguaje evolucionó principalmente como una herramienta para la construcción de la realidad a través de imágenes mentales, más que para la comunicación directa y la coordinación de acciones. Esta perspectiva resalta la importancia del lenguaje en la formación de la conciencia humana y la interpretación del mundo. El lenguaje no solo transmite información, sino que también permite a los seres humanos imaginar, planificar y reflexionar, contribuyendo de manera fundamental a la capacidad de construir narrativas y dar sentido a la experiencia.

Conciencia Lingüística

Según Vigotsky mencionado por Congo Maldonado, Bastidas Amador y Santiesteban (2018) en su artículo algunas consideraciones sobre la relación pensamiento – lenguaje señala que la conciencia lingüística implica la reflexión sobre el propio uso del lenguaje. Desarrollar la conciencia lingüística permite a las personas comprender las reglas y variaciones del lenguaje, facilitando la comunicación efectiva. (págs. 155-160)

La conciencia lingüística implica reflexionar sobre nuestro propio uso del lenguaje. Según Vigotsky, desarrollar esta conciencia permite a las personas comprender las reglas y variaciones del lenguaje, facilitando así una comunicación más efectiva. Es un proceso cognitivo que contribuye a la mejora de las habilidades comunicativas y a la comprensión profunda del idioma.

¿Qué son Las Jergas Juveniles?

La jerga juvenil se caracteriza por su uso restringido y se desarrolla dentro de una franja de edad indeterminada por parte de un grupo amplísimo y heterogéneo de jóvenes unidos por las redes sociales y el uso de los dispositivos móviles. Una definición comúnmente aceptada es la siguiente:

Conjunto de fenómenos lingüísticos -la mayor parte de ellos relativos al léxico-, que caracterizan la manera de hablar de amplios sectores juveniles, con vistas a manifestar la solidaridad de edad y/o

grupo. Estos sectores son, por lo general, estudiantiles y urbanos, y con una edad comprendida - aproximadamente- entre los 14 y los 22 años. (Pastor & Álvarez, 2024, pág. 83).

Las jergas juveniles, son formas de lenguaje adoptadas por grupos de jóvenes para expresar su identidad y pertenencia. Más que simples modismos, estas jergas pueden desempeñar funciones sociales importantes al actuar como mecanismos de inclusión social y diferenciación generacional, permitiendo a los jóvenes establecer conexiones y distinciones dentro de su grupo.

Jerga

Según el autor Bastos Samaniego (1969), la jerga es un lenguaje técnico utilizado por un grupo de personas con intereses o profesiones específicas. (págs. 20-60)

La jerga se trata de un medio de comunicación especializado que va más allá de la mera transmisión de información, sirviendo como una herramienta distintiva para aquellos que la utilizan. La jerga juega un papel crucial en la creación de comunidades lingüísticas exclusivas.

Argot

El autor Batos Samaniego (1969) define el argot como un lenguaje utilizado por grupos sociales específicos, que incluye palabras y expresiones que no se encuentran en el lenguaje estándar. (págs. 20-60)

El argot como un lenguaje propio de grupos sociales específicos, incorporando términos y expresiones que no se encuentran en el lenguaje estándar. Este fenómeno lingüístico contribuye a la cohesión interna de comunidades al proporcionar un código compartido que fortalece la identidad del grupo y establece límites con el exterior.

Caló

De acuerdo con Batos Samaniego (1969) define el caló como un lenguaje utilizado por la comunidad gitana, que incluye elementos propios de su cultura e historia. (págs. 20-60)

El caló es un lenguaje utilizado por la comunidad gitana, enriquecido con elementos propios de su cultura e historia. Esta forma de comunicación no solo cumple funciones prácticas, sino que también desempeña un papel esencial en la preservación y transmisión de la identidad gitana. El caló, por lo tanto, representa un fenómeno lingüístico arraigado en la riqueza cultural de una comunidad específica.

Fenómenos Lingüísticos

Según Rodríguez (2009), estas formas de lenguaje no sólo cumplen funciones comunicativas, sino que también establecen identidad y pertenencia en comunidades particulares. La jerga, el argot y el caló son fenómenos lingüísticos específicos de ciertos grupos. (págs. 81-96)

Los fenómenos lingüísticos, no solo actúan como medios de comunicación, sino que también desempeñan un papel fundamental en el establecimiento de identidad y pertenencia dentro de comunidades específicas. Jerga, argot y caló son ejemplos concretos de estos fenómenos, cada uno contribuyendo de manera única a la expresión y la conexión dentro de grupos particulares.

Comportamiento Comunicacional

Como afirma Godoy y Galeano (2014) toda organización posee una serie de comportamientos, conocimientos y destrezas propios de su contexto, es así que los comportamientos característicos de

una organización específica se adquieren a través de un proceso de aprendizaje y se transmiten a todos sus miembros, por lo cual se ve implicada inevitablemente la comunicación.

En este sentido, aseguran que “la comunicación debe ser básica entre los grupos para que se establezcan y maximicen la coordinación y cooperación”. Godoy y Galeano (2014, págs. 20-31)

Por lo tanto, se puede expresar que el comportamiento comunicacional se refiere a las acciones, conductas y expresiones que las personas utilizan para interactuar y transmitir información en el proceso de comunicación. Este término engloba una amplia gama de comportamientos observables que afectan la forma en que se envía, recibe, interpreta y responde a los mensajes.

Modos de comunicación

Los modos de comunicación según Profe Martín (2021) se refieren a las diferentes formas en las que se lleva a cabo la comunicación. Por ejemplo, la comunicación oral se realiza de manera hablada, mientras que la comunicación escrita ocurre cuando redactamos una carta, enviamos un WhatsApp o un correo electrónico, la comunicación gestual se efectúa a través de gestos o señas, y puede ser voluntaria, cuando tenemos la intención de realizar el gesto para comunicar algo específico, o involuntaria, cuando los gestos ocurren sin querer y pueden transmitir algo que no pretendíamos decir, finalmente, la comunicación icónica se realiza mediante imágenes, dibujos, signos o símbolos, un claro ejemplo es cuando enviamos un sticker o emoji a través de WhatsApp; en este caso, la comunicación es de modo icónico. (¿Qué es la comunicación? - Tipos y modos de comunicación - Introducción a la Comunicación)

Formación de Grupos e Integración Social

Moreland mencionado por el sitio web PsicoUNED (2022) define la formación de un grupo como un fenómeno continuo en el que un conjunto de personas se desplaza a lo largo de una dimensión de “grupalidad”. La formación de un grupo, especialmente un grupo espontáneo, es un proceso gradual que implica un fortalecimiento progresivo de los lazos entre sus miembros, lo que se conoce como “integración social”. Esta integración social puede ser de cuatro tipos: ambiental, conductual, afectiva y cognitiva. Estas no son causas de la formación de grupos, sino diferentes formas que puede adoptar el proceso.

La integración ambiental ocurre cuando el entorno físico, social o cultural proporciona los recursos necesarios para la formación del grupo, como la proximidad física o intereses comunes. La integración conductual se da cuando las personas se vuelven interdependientes para satisfacer sus necesidades, siendo considerada por muchos como clave en la formación del grupo. La integración afectiva se produce cuando los miembros del grupo desarrollan sentimientos compartidos y atracción hacia los demás, el grupo o sus objetivos. Por último, la integración cognitiva sucede cuando los individuos reconocen que comparten características importantes y comienzan a pensar en sí mismos como un grupo.

La integración ambiental puede llevar a la conducta, que a su vez puede resultar en integración afectiva y cognitiva. Los psicólogos sociales ven la integración conductual como fundamental para la formación de grupos, mientras que Turner resalta la importancia de la integración cognitiva, ya que un grupo puede formarse simplemente cuando los individuos se consideran a sí mismos como parte de un grupo.

Los nuevos códigos lingüísticos, como el uso de lenguaje digital y emojis, afectan la manera en que los estudiantes forman grupos y se comunican. Estos códigos pueden facilitar la integración ambiental al proporcionar plataformas comunes (como redes sociales) donde los estudiantes pueden interactuar. Asimismo, pueden influir en la integración conductual y afectiva al permitir formas novedosas de

colaboración y expresión emocional. Finalmente, los nuevos códigos lingüísticos pueden ser esenciales para la integración cognitiva, ya que permiten que los estudiantes se reconozcan como parte de una comunidad con un lenguaje compartido. Así, los nuevos códigos lingüísticos no solo transforman la comunicación, sino que también juegan un papel crucial en la dinámica de formación y cohesión grupal entre los estudiantes.

Barreras Comunicacionales

Chiavenato (2011) en su libro *Administración de recursos humanos* mencionó que:

La comunicación está sujeta a muchas vicisitudes. Existen barreras que funcionan como obstáculos o resistencias a la comunicación. Algunas variables del proceso lo afectan profundamente, lo que causa que el mensaje tal como se envía sea diferente al mensaje que se recibe. (p. 53)

Existen 3 tipos de barreras, las cuales son:

Barreras personales: son interferencias que provienen de las limitaciones, emociones y valores humanos de cada persona. Las barreras más comunes en el trabajo son los malos hábitos al escuchar, las emociones, motivaciones, sentimientos personales. Las barreras personales pueden limitar o distorsionar la comunicación con los demás. (Chiavenato, 2011, pág. 54)

Barreras físicas

Son las interferencias en el ambiente en el que se efectúa el proceso de comunicación. Ejemplos de ellas son: un trabajo que distraiga, una puerta que se abre en el transcurso de una clase, la distancia física, un canal saturado, paredes entre la fuente y el destino, ruidos estáticos en la línea del teléfono, etcétera. (Chiavenato, 2011, pág. 54)

Barreras semánticas

Son las limitaciones o distorsiones que se deben a los símbolos a través de los cuales se efectúa la comunicación. Las palabras u otras formas de comunicación –gestos, señales, símbolos, etc.– pueden tener significados diferentes para quienes participan en el proceso comunicativo, y llegar a distorsionar su significado. Las variedades lingüísticas constituyen diferencias semánticas entre las personas. (Chiavenato, 2011, pág. 54)

Brecha Generacional

Karl Mannheim es citado por Fustillo Jiménez (2017) quien examinó la brecha generacional a través de tres dimensiones: la posición generacional, la conexión generacional y la unidad generacional. Estas dimensiones se relacionan con la brecha generacional causada por los nuevos códigos lingüísticos de la siguiente manera: la posición generacional se refiere al contexto histórico y temporal en el que cada generación nace, influenciando el desarrollo de términos y modos de comunicación distintivos, como los utilizados en redes sociales y mensajes de texto. La conexión generacional se fortalece con estos códigos, ya que contribuyen a un sentido compartido de identidad y participación en la cultura contemporánea alineándose a lo que menciona Goffman (2006) en relación a la identidad y su construcción a través de la comunicación y el lenguaje. Además, la unidad generacional describe cómo los individuos de una misma generación adoptan y adaptan estas nuevas formas de comunicación, reflejando tanto la diversidad como la cohesión dentro del grupo.

Brecha Digital

De acuerdo con León, Montecé y Bastidas (2016) la brecha digital es un concepto complejo que se utiliza para describir la desigualdad entre los países desarrollados y aquellos en vías de desarrollo, debido a que estos últimos no disponen de las infraestructuras y recursos tecnológicos necesarios para competir en igualdad de condiciones en el sistema mundial actual, que es cada vez más conectado y globalizado. (págs. 39-43)

La brecha digital es la desigualdad en el acceso y uso de tecnologías de la información y la comunicación entre diferentes grupos de personas, comunidades o países. Esta diferencia puede manifestarse en términos de acceso a internet, disponibilidad de dispositivos tecnológicos, habilidades digitales y la capacidad para aprovechar las oportunidades que ofrece el mundo digital, lo que se traduce a la separación entre quienes pueden beneficiarse plenamente de la tecnología y aquellos que no pueden debido a la falta de recursos, infraestructura o conocimientos.

Nativos y Migrantes Digitales

Los nativos son los chicos que han crecido rodeados de pantallas, teclados y ratones informáticos, que tienen uno o varios ordenadores en su casa o habitación desde muy pequeños, que usan móvil desde que hicieron la primera comunión (o una fecha equivalente), que pasan más de 20 horas a la semana frente a una consola de videojuegos y que ya no saben lo que es una cinta de casete o un disco de vinilo ni mucho menos una agenda telefónica de papel. (Cassany, 2008, págs. 57-75)

Al contrario, los inmigrantes tuvieron una infancia analógica, sin pantallas ni teclados ni móviles. Sus artefactos culturales fueron –y siguen siendo– productos tangibles: los libros, los papeles, las bibliotecas, los discos y las películas de celuloide o de vídeo. Su forma de aprender a usarlos es sobre todo a partir de la enseñanza formal. (Cassany, 2008, págs. 57-75)

Baby Boomers

Los Baby boomers de acuerdo con son la generación de 1946 a 1964, el fin de la II Guerra Mundial y la explosión demográfica que hubo en muchos países dio lugar al nombre de esta generación, nacida en tiempos de paz y bonanza económica. También se les denomina 'boomers', esta generación ha tenido que adaptarse a las nuevas tecnologías y por esa razón son considerados como inmigrantes digitales. Tienen impregnada la cultura del esfuerzo y el sacrificio, poseen gran experiencia, se dice que son fieles y están acostumbrados a trabajar muchos años en la misma empresa, comprometidos y muy buenos a la hora de crear equipos. (Communication, 2024)

Generación X

La Generación X abarca desde 1965 hasta 1980 o la juventud de los años 80, es considerada como una generación puente y durante los años que comprende esta etapa el capitalismo se arraigó con fuerza y experimentó un gran auge el consumismo, por eso se dice de ellos que son ambiciosos. A las personas de esta época tampoco se les puede considerar como nativos digitales porque la tecnología por aquellos años era limitada y se han adaptado con gran facilidad a la llegada de internet a sus vidas y al desarrollo tecnológico posterior. El trabajo en equipo y el fomento de relaciones laborales de confianza también son algunas de sus señas de identidad. (Communication, 2024)

Millennial

Mientras que los 'Millennials' o generación Y van desde 1981 hasta 1996, sin duda la más popular, llamados nativos digitales y la primera generación que es realmente global por compartir los mismos valores en todos los países gracias a la globalización y a la conexión a través de Internet. Les gusta

aprender y emprender. Vivieron la crisis del 2008 y por eso se consideran tolerantes a la frustración, tienen autoconfianza y mucho compromiso, pero no les asusta cambiar de trabajo, no conciben la vida sin tecnología y son rápidos en adaptarse a las novedades. (Communication, 2024)

Generación Z

Los 'Centennials' o generación Z son aquellos nacidos en 1997 a 2010, son los más jóvenes dentro del mercado laboral y si por algo se les caracteriza es por vivir inmersos en la sociedad de Internet y consumir solo formatos digitales, estudian y leen online, son autodidactas y los tutoriales de Youtube son sus grandes aliados, están a la vanguardia de las redes sociales. Son muy creativos, flexibles y multitarea, prefieren el trabajo a distancia y tienen un gran espíritu innovador y pragmático. Sin embargo, no son tan fáciles de fidelizar. (Communication, 2024)

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Encuestas

Las encuestas mostraron que los 448 encuestados utilizan regularmente los nuevos códigos lingüísticos, incluyendo abreviaturas, emoticones y neologismos, en sus comunicaciones diarias. Este uso se desarrolla particularmente en las interacciones en redes sociales y plataformas de internet. Los estudiantes indicaron que estos códigos facilitan una comunicación más rápida y eficiente, y también ayudan a expresar emociones y estados de ánimo de manera más clara.

Además, los datos de las encuestas revelaron una adaptación notable de los estudiantes a estos nuevos códigos, demostrando una familiaridad y comodidad con su uso, sin embargo, también se identificaron preocupaciones sobre las dificultades para mantener una relación lingüística con otras generaciones no perecientes al contexto de los jóvenes.

Cartografías Sociales

Las cartografías sociales proporcionaron una visión cualitativa y contextual de cómo los nuevos códigos lingüísticos se integran en las dinámicas sociales de los participantes. A través de este método, se observó que el uso de nuevos códigos no es homogéneo, sino que varía significativamente entre diferentes grupos y subgrupos dentro de los jóvenes.

Por ejemplo, ciertos grupos de jóvenes utilizan códigos específicos que reflejan sus intereses compartidos, como videojuegos, música o tendencias de moda, lo que sugiere que los nuevos códigos lingüísticos también actúan como marcadores de identidad grupal. Esta dimensión de la comunicación se alinea a la existencia de una brecha generacional, ya que estos códigos lingüísticos refuerzan y crean una unidad generacional entre los estudiantes que comparten intereses comunes dejando de lado a sus generaciones predecesoras.

El desarrollo del podcast fue ejecutado en tres fases que se detallan a continuación:

Tabla 1

Fases del podcast

Fase	Actividad Principal	Detalles
Preproducción	Definición y diseño	- Concepto: Arte Verbal, Descifrando el Lenguaje del Siglo XXI. - Objetivo: Facilitar comprensión intergeneracional y promover cohesión social.

		- Target: Estudiantes y padres.
	Diseño del logo	- Colores vibrantes y modernos (gradientes púrpura-azul con acentos verdes). - Tipografía sans-serif para claridad.- Mensaje: "Descifrando el lenguaje del siglo XXI".
	Planificación del guion y logística	- Temas: Nuevos códigos lingüísticos, evolución de modos de comunicación, cohesión social.- Recursos: Micrófonos, grabadoras, software de edición.- Espacio: Estudio de grabación.
Producción	Grabación del episodio	- Episodio: "Descifrando el lenguaje del siglo XXI".- Uso del guion para coherencia.- Captura de audio de alta calidad con ajustes en tiempo real para mejoras.
Postproducción	Edición y distribución	- Edición: Limpieza de audio, eliminación de ruidos, ajuste de volumen, y efectos.- Revisión: Verificación de calidad e integración de elementos.- Distribución: Hosting y promoción.
	Plataformas de difusión	- Hosting: YouTube, Facebook Live.- Promoción: YouTube Shorts, TikTok, Facebook.

Fuente: elaboración propia.

Al comparar y contrastar los resultados de las encuestas y las cartografías sociales, se puede apreciar cómo los nuevos códigos lingüísticos están moldeando no solo las habilidades comunicativas individuales, sino también las estructuras sociales resaltando lo expresado por Espinoza y Cortez (2019) con respecto a los nuevos códigos lingüísticos y su relación con el comportamiento. Las encuestas cuantifican el uso y las actitudes hacia estos códigos, mientras que las cartografías sociales ilustran la dimensión social y cultural de su adopción.

La combinación de ambos métodos revela que los nuevos códigos lingüísticos tienen una doble función: facilitan la comunicación rápida y efectiva, y al mismo tiempo actúan como herramientas de cohesión social y expresión de identidad grupal. Sin embargo, es crucial abordar las preocupaciones sobre las dificultades para mantener una relación lingüística con otras generaciones.

CONCLUSIONES

Tras la investigación realizada en la Unidad Educativa Pedro Carbo se ha revelado que existen nuevos códigos lingüísticos que inciden significativamente en el comportamiento comunicacional de los estudiantes de segundo y tercero de bachillerato, a través de los instrumentos aplicados, se ha confirmado que estos códigos afectan no solo la manera en que los alumnos se expresan y comunican, sino también en la formación de grupos y las dinámicas sociales dentro y fuera del entorno escolar.

A través de la cartografía social aplicada a los estudiantes de segundo A, se ha permitido identificar y conceptualizar los nuevos códigos lingüísticos utilizados por los estudiantes, tales como; emojis, memes, abreviaturas, frases y palabras, estos hallazgos son cruciales para entender los modos contemporáneos de comunicación entre los estudiantes y cómo estos nuevos códigos inciden en sus interacciones diarias, facilitando una comunicación más dinámica y adaptada a su contexto social y tecnológico.

REFERENCIAS

- Barbero, J. M. (2003). De los medios a las mediaciones. Bogotá: Editorial Gustavo Gili S.A.
- Barredo Ibáñez, D., Rodrigues da Cunha, M., & Hidalgo Toledo, J. (2021). Comunicación digital, redes sociales y procesos en línea: estudios en una perspectiva. *Journal of Iberian and Latin American*, 275-283. doi:<https://doi.org/10.1080/13260219.2020.1934260>
- Bastos Samaniego, R. (1969). Argot, jerga o caló. Perú: Editorial "Los Andes".
- Bonini, T. (2015). Quaderns del CAC 4. La "segunda era" del podcasting: el podcasting como nuevo medio de comunicación de masas digital, 23-33. Obtenido de https://www.cac.cat/sites/default/files/2019-01/Q41_Bonini_ES.pdf
- Cassany, D. (2008). Nativos e inmigrantes digitales en la escuela. *Participación educativa: revista del Consejo Escolar del Estado*, 57-75.
- CHARAJA, Y. (2021). LA ADAPTACIÓN DEL LENGUAJE GAMER EN LAS INTERACCIONES DE MILLENNIALS PERUANOS EN. LA ADAPTACIÓN DEL LENGUAJE GAMER EN LAS INTERACCIONES DE MILLENNIALS PERUANOS EN. UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA, LIMA.
- Chiavenato, I. (2011). Administración de recursos humanos. México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Comunication. (29 de 05 de 2024). BBVA. Obtenido de 'Baby boomers', generación X, 'millennials' y 'centennials': el talento en cuatro generaciones: 'Baby boomers', generación X, 'millennials' y 'centennials': el talento en cuatro generaciones
- Congo Maldonado, R., Bastidas Amador, G., & Santiesteban Santos, I. (2018). ALGUNAS CONSIDERACIONES SOBRE LA RELACIÓN PENSAMIENTO – LENGUAJE. *Conrado*, 155-160.
- Espinoza, K., & Cortez, D. (2019). ESTRATEGIA METODOLÓGICA PARA EL DESARROLLO DEL PROCESO DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE DE LA LENGUA Y LITERATURA DESDE UN ENFOQUE COMUNICATIVO. (Trabajo de titulación). UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN, AZOGUES.
- Fustillo Jiménez, R. A. (2017). Brecha generacional: diferencia de valores y sus manifestaciones de conflicto entre los miembros de grupos generacionales presentes en la empresa JW Marriot Quito. Brecha generacional: diferencia de valores y sus manifestaciones de conflicto entre los miembros de grupos generacionales presentes en la empresa JW Marriot Quito. Universidad Andina Simón Bolívar, Quito.
- Godoy, N., & Galeano, J. (2014). LA INFLUENCIA DEL COACHING EN EL COMPORTAMIENTO COMUNICACIONAL: UN ESTUDIO DE CASO EN DOS EMPRESAS INDUSTRIALES DEL PARAGUAY. *Reportes Científicos de la FACEN*, 20-31. Obtenido de <https://revistascientificas.una.py/index.php/rcfacen/article/view/1074/1073>
- Goffman, E. (2006). Estigma La identidad deteriorada . Buenos Aires- Madrid: Amarrortur.
- González, C. (2023). Una aproximación al DCECH: breve estudio metalexigráfico del Diccionario Crítico Etimológico Castellano e Hispánico de Joan Corominas. UNA APROXIMACIÓN AL DCECH. Universidad de Chile, Santiago de Chile, Chile.
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGraw-Hill Interamericana.

León Acurio, J. V., Montecé Mosquera, F. W., & Bastidas Zambrano, L. I. (2016). Las TICs y la Brecha Generacional Digital, Problema Latente en el Siglo XXI. JOURNAL OF SCIENCE AND RESEARCH: REVISTA CIENCIA E INVESTIGACIÓN, 39-43.

Lewin, R. (2005). Human Evolution: an Illustrated Introduction. Oxford: Blackwell.


Pastor, J. M., & Álvarez, M. M. (2024). Historia de la sociedad presente. Madrid: Editorial Dykinson, S.L.

Profe Martín. (09 de 03 de 2021). ¿Qué es la comunicación? - Tipos y modos de comunicación - Introducción a la Comunicación. Argentina.

PsicoUNED. (15 de 09 de 2022). Obtenido de Apuntes de Psicología de los Grupos: <https://psicouned.com/apuntes/psicologia-grupos/formacion-grupos/>

Rodríguez, V. G. (2009). Delimitación de conceptos lingüísticos. Definición y descripción de la finalidad. *Enegeia*, 81-96.

Santos García, D. V. (2012). FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN. Tlalnepantla: RED TERCER MILENIO S.C.

Todo el contenido de **LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades**, publicados en este sitio está disponibles bajo Licencia [Creative Commons](#) .