

Ni identidad ni moda: “Simplemente porque me gusta”

THAYS ADRIÁN SEGOVIA

El ensayo nos recuerda la idea de que las lenguas cambian con el correr del tiempo y los contextos en donde los hablantes se mueven socialmente y ofrece una explicación sobre el sociolecto juvenil que es donde se centra el artículo. Además presenta un análisis de algunas características del léxico *centennial* o “Gen Z” en la ciudad de Caracas.

Unos hablan bien y otros lo hacen mal? Los lingüistas atienden al principio de que “... en el lenguaje no hay bien ni mal en términos propios, sino solo en tanto en cuanto convenciones sociales tan justificables o injustificables como cualesquiera otras” (Bernández, 2008).

La manera en que los jóvenes se comunican suele relacionarse con la adscripción a un grupo, con el deseo de ser diferentes o con la moda. Sin embargo, cuando a 31 de ellos, entre diecisiete y veintiocho años se les preguntó por qué usaban palabras del Diccionario del Gen Z venezolano¹ la respuesta dominante fue “Simplemente porque me gusta”.

En las líneas que siguen, luego de recordar que las lenguas cambian y de una explicación sobre el sociolecto juvenil, analizaremos algunas características del léxico *centennial* o “Gen Z” en la ciudad de Caracas.

LAS LENGUAS CAMBIAN

La lengua es un sistema que se mueve ante nuevas realidades o experiencias; las lenguas

Los jóvenes no hablan ni mejor ni peor, usan un registro diferente [porque] viven un contexto diferente.

RICARD MORANT

naturales son fundamental e inevitablemente variables, como lo explica el dialectólogo y sociolingüista español Francisco Moreno Fernández (2010). Todos hablamos variantes, “...válidas en la medida en que enriquecen las posibilidades expresivas de la lengua como diastema y en la medida en que son útiles y adecuadas para la satisfacción de las necesidades comunicativas de sus hablantes” (Haché de Yunén, 2001: 76). En estos tiempos, las mutaciones se aceleran debido a la influencia de la tecnología, las redes sociales, los *mass media*, la globalización, el consumo masivo de tendencias y la existencia de tribus urbanas. Esto (y más) contribuye a crear una identidad social con prácticas comunicativas de las que emerge una identidad lingüística con rasgos que la distinguen (Taboada y García, 2011 en Mahecha-Ovalles, 2021).

DOSSIER

Labov (1972), sociolingüista estadounidense, afirma que los cambios responden a necesidades de los usuarios, se trata de respuestas complejas que deben estudiarse en sus respectivas comunidades de habla. Rocío Caravedo (2003), lingüista peruana que también se ha dedicado a estos temas, menciona la clase social, el sexo, la generación, la etnia y la raza como activadores de cambios a los que se suman los temas de conversación, los quehaceres cotidianos, el entorno familiar, laboral, amical y el contacto entre lenguas.

Entre las explicaciones que se le han dado a la existencia de una “lengua juvenil”, Marcela Cabrera Pommiez (2003), a partir de una investigación realizada en Santiago de Chile, enumera las siguientes: intención de no ser entendidos, creatividad, rechazo a normas y juegos lingüísticos. Todo junto configura, según la autora, una visión del mundo.

Si bien ocurren cambios en toda sociedad hay un sector, el juvenil, que se interesa por lo que suene a vanguardia; esto incluye prácticas discursivas que llaman la atención por su creatividad y su capacidad para innovar, que connotan sus valores y les sirven como marca identitaria. Por este motivo, pese a la resistencia de algunos sectores de la sociedad, lingüistas incluidos (Villena, 1998), luce oportuno citar a Mahecha-Ovalles (2021: 163) cuando asegura que “Los jóvenes desempeñan un papel central en la configuración de la sociedad contemporánea y en las dinámicas de la creación de nuevas conceptualizaciones”.

UNA MIRADA AL SOCIOLECTO JUVENIL

La “...manera característica de hablar o rasgos compartidos entre los hablantes de un grupo social según la combinación de distintas variables” se conoce como sociolecto (Portal de Lingüística Hispánica, s.f.). Este término remite a la variedad de rasgos lingüísticos, en su mayoría léxicos, compartida por un grupo social o

por sectores profesionales (Moreno Fernández, 2010). Además de responder a sus necesidades comunicativas, los sociolectos reflejan la visión del mundo que tiene su comunidad de usuarios (Haché de Yunén, 2001). Raúl Ávila (1993, citado por Haché de Yunén, 2001) considera que quienes comparten sociolecto pueden decidir si su interlocutor es o no de su grupo, si habla o no como los de su generación, etcétera.

El hispanista Antonio Briz (1996: 15), concibe los sociolectos como “... variedades de uso según las características propias del usuario”. En el caso que nos ocupa, esa “característica propia” es la edad: un factor extralingüístico con incidencia en el habla. El rango de edades que se demarca para el estudio del sociolecto juvenil varía entre uno y otro investigador. Casado Velarde (1989) se enfoca en las particularidades del estilo de lengua usado por el segmento cuyas edades están comprendidas entre catorce y veintidós años. Mahecha-Ovalles (2021: 165) analiza la dinámica entre lengua y edad a partir de los trece y opina que esta se sustenta “... en el cambio de sociolecto, la variación lingüística, la conciencia lingüística y el cambio lingüístico establecido a lo largo de la existencia del hablante”. Esto, asegura el autor, “... permite comprender cómo la edad influye de manera directa en los procesos lingüísticos al interior de las comunidades de habla”. En cuanto a Emilio Ridruejo (1998), ubica la edad límite entre veintiocho y treinta años.

Entre las explicaciones que se le han dado a la existencia de una “lengua juvenil”, Marcela Cabrera Pommiez (2003), a partir de una investigación realizada en Santiago de Chile, enumera las siguientes: intención de no ser entendidos, creatividad, rechazo a normas y juegos lingüísticos. Todo junto configura, según la autora, una visión del mundo. Márquez y Ardévol (2021) mencionan dos motivos más que justifican las particularidades de la lengua de los jóvenes: búsqueda de autenticidad y forma de resistencia. Y Marina Grasso (2014), quien se refiere al habla juvenil como “lenguaje vago”, piensa que hay razones estratégicas para usarlo en conversaciones informales y afirma que las categorías “vagas” apelan al conocimiento compartido y propician información distinta.

Tras estudiar los rasgos situacionales o coloquializadores del habla juvenil, Giraldo Gallego (2012) determina que tienen que ver con la informalidad de la conversación, la situación de igualdad, la relación de proximidad, la finalidad interpersonal y la temática no especializada.

Mahecha-Ovalle (2021), en un reciente estudio realizado bajo los parámetros de la sociolingüística interaccional, analiza las fórmulas de tratamiento nominal como rasgo de identidad del habla juvenil y refiere que estas prácticas discursivas son una muestra de cohesión grupal y de condiciones sociales, culturales, lingüísticas y extralingüísticas al tiempo que constituyen una marca de identidad. En esa misma línea se inscribe lo expuesto en "Idiolectos y mirreyes", artículo publicado en la sección de lenguaje de la revista *Algarabía* (2022): la manera de hablar de los jóvenes de prepa y universidad crea "una sensación de pertenencia", los identifica con su grupo, los separa de los demás y les da "un estatus distinto".

Una particular forma de comunicarse entre jóvenes y marcar su identidad es a través de insultos ficticios: "formas descorteses hacia fuera" (Zimmermann citado en Tedesco, 2014) cuyo uso no les impide tener un desempeño contextualmente adecuado ante adultos o en situaciones formales (Rigatuso, citada por Tedesco, 2014).

En definitiva, hay consenso en que el habla de los jóvenes representa una vía para lograr la identidad y la cohesión y en que algunos de sus rasgos tienen que ver con el impacto de las redes sociales, los videojuegos y el mundo tecnológico. Tampoco puede restársele importancia a la influencia que ejercen figuras mediáticas de la moda, los deportes o el mundo artístico. A manera de ejemplo, puede citarse lo que ocurre con la música urbana y sus intérpretes más populares. Positiva o negativa la valoración, hay voces de la jerga juvenil que provienen de estos temas debido a la popularidad de quienes los cantan. Esto sucede en países hispanoparlantes, pero también se reporta en Estados Unidos, donde las palabras en español van "colándose" por esta vía. Rachel Loyer (s.f.) explica que a través del léxico de esas canciones se establece

una conexión con la audiencia y se genera solidaridad e identidad. Tal es el caso de Bad Bunny, de origen puertorriqueño, cuyas letras contienen términos que no se entienden en forma individual, sino por su sentido: "signos que se intuyen"; lo mismo pasa con su conversación, llena de palabras "... que se traducen a su propia franja local, que se ovillan sobre sí y resisten el traslado [...] a cualquier registro neutro dentro de la misma lengua, puesto que son signos que en realidad ya conocemos, aunque no los hayamos escuchado" (Álvarez, 2022). Este vocabulario, no traducible, requiere de una "inmersión en la atmósfera" para aprehender su especificidad semántica y fonética. Por eso, la manera de usar la lengua que tiene el cantante es, en opinión de Álvarez (2022), "un acto fundamental de supervivencia", una manifestación de rebeldía: "Él no tiene que darse a entender, los otros tienen que aprender qué es lo que él está diciendo". En suma, los tres rasgos mencionados –vocabulario con particularidades en su realización fonética, que no se entiende en forma aislada y que exige inferir el sentido– se vinculan con características de las jergas juveniles hoy día.

LA "GEN Z" CARAQUEÑA: ALGUNAS PECULIARIDADES DE SU LÉXICO

Una generación está formada por el "Conjunto de personas que, habiendo nacido en fechas próximas y recibido educación e influjos culturales y sociales semejantes, adoptan una actitud en cierto modo común en el ámbito del pensamiento o de la creación" (RAE, s.f.). La generación Z (*centennial*, centúrica o posmilénica), como antes lo hicieron otras, comparte acontecimientos, momentos, hábitos y consumos que la convierten en un grupo. Otro nombre que recibe es el de *Screenager* o adolescentes de pantalla porque mediante estos dispositivos se comunican, se relacionan, generan y comparten contenidos, buscan y hallan lo que necesitan en tiempo real, sin esperas ni pausas (Álvarez, Heredia y Romero, 2019).

Aunque en todos los tiempos el habla juvenil muestra variaciones con respecto a la de otros grupos etarios, en el caso de la generación Z,

DOSSIER

nacida entre 1995 y 2010, hay una particularidad: la gran influencia del entorno digital en su vocabulario porque su comunicación está ligada a las pantallas, a la Internet, a las redes y a los videojuegos, lo cual contribuye a que sus palabras y expresiones cambien con rapidez y unas sean desplazadas por otras con la misma celeridad con la que se transforman los dispositivos que usan y la tecnología a la que tienen acceso².

Esto hace pensar que no ven como un rasgo de su generación el predominio de palabras y expresiones del inglés, antes bien, recurren a estas porque les gustan o las consideran más expresivas.

Un vistazo a la Internet permite tener una idea de la curiosidad que suscita la jerga “Z”: su carácter híbrido entre oralidad y escritura, el léxico, sus particularidades gramaticales, fonológicas y pragmáticas, entre otras, son de interés para los que estudian el lenguaje.

Tras leer artículos, ensayos y notas sobre el tema, surgió la curiosidad por indagar qué pasaba en Caracas, y a través de un sencillo cuestionario, respondido por 31 jóvenes caraqueños entre diecisiete y veintiocho años, preguntamos por 39 palabras o expresiones³. En concreto, se indagó si las usan para comunicarse en forma oral y/o escrita, si solo las utilizan para interactuar con sus pares y las razones por las que estas voces forman parte de su léxico. Estamos conscientes de que una investigación exhaustiva exige un riguroso protocolo que le dé fiabilidad y de que, por ese motivo, estas respuestas no son suficientes para conocer la lengua de la generación Z en Caracas. No obstante, los resultados coinciden con investigaciones realizadas en otros países hispanoparlantes: el “diccionario *centennial* de Caracas” consta de palabras de otras lenguas, lenguaje escatológico, truncamientos, deformaciones, ortografía y fonética hipercharacterizadas. A continuación, se resumen las respuestas divididas en dos grupos: vocabulario y comunicación. El comentario de cierre, que merece atención, tiene que ver con

las respuestas obtenidas cuando se preguntó por las motivaciones para usar una significativa cantidad de palabras en inglés.

VOCABULARIO:

- Palabras en inglés: *after, boomer, crush, ghosting, horny, iconic, me/also me, mood, random, same, shipeo, to spill the tea, to be honest.*
- Palabras con modificaciones en la morfología: *shipeo, lolazo.*
- Palabras con truncamientos, deformaciones, ortografía y fonética hipercharacterizadas: *F, lit; khé, messirve, yass; khééé, yassss.*
- Lenguaje escatológico: *WTF (what the fuck).*
- Siglas: *BTW, LOL, RT, TBH, WTF*

COMUNICACIÓN:

- Palabras usadas en la comunicación oral y escrita: *after, boomer, cancelar, crush, cuadra, F, ghosting, gorila, horny, hueco, iconic, khé, literal/lit, LOL/lolazo, melalso me, messirve, mood, pálida, pepa, pero ajá, random, RT, same, shipeo, sí soy, to spill the tea, tipo, TBH/to be honest, total, yass.*
- Palabras usadas para comunicarse con sus pares y con quienes no lo son: *after, boomer, cuadra, hueco, literal/lit, pálida, pero ajá, random, tipo, total.*
- Palabras que estaban en el cuestionario y no las escogieron: *agarrarse, BAE, fail, fanfic, fresco, funa, salseo, seca, stanear.*
- Palabras que añadieron al cuestionario: *BTW, full, hello, henko, I mean, indeed, this is fine, WTF/What the fuck, wenas.*

La última pregunta estaba dirigida a conocer las razones de estos jóvenes para usar palabras en inglés. Descartando opciones como “Por identidad generacional” o “Porque están de moda”, veintiséis de las personas seleccionaron “Simplemente porque me gustan” y acompañaron esta respuesta con otras dos: “Las palabras en inglés son más expresivas que las equivalentes

tes en mi idioma” o “No existen equivalentes en mi idioma”. Esto hace pensar que no ven como un rasgo de su generación el predominio de palabras y expresiones del inglés, antes bien, recurren a estas porque les gustan o las consideran más expresivas.

CODA

Tengan la edad que tengan, el estudio de la forma en que se comunican las personas es importante porque revela factores que determinan y configuran su comportamiento lingüístico; el léxico, en particular, integra características provenientes de los contextos en los que se mueven y de las actividades que desempeñan.

En el caso de los *centennial*, “... las jergas juveniles ya no son cosa de cada barrio o ciudad” (Prego, 2021). La música, los deportes, los videojuegos y los intercambios en las redes sociales suman palabras a su vocabulario, cuyo empleo los acerca a sus pares dentro y fuera de sus países o de los lugares donde habitan.

Otro atributo del discurso “Gen Z” es su carácter híbrido: combina oralidad y escritura, lo que se manifiesta a través de rasgos suprasegmentales u ortotipográficos que le imprimen mayor expresividad al mensaje. A esto se suman los *stfkers* y los *emojis*. Por último, las siglas y acortamientos, junto con los *likes*, *gifts*, *gags* y *memes*, son expresión de la economía del lenguaje, que se impone en las siempre breves interacciones virtuales. Estos últimos cuatro recursos tienen otra fortaleza: no requieren traducirse porque integran el ecosistema de comunicación hiperconectada y global que ignora las diferencias entre las lenguas.

En suma, las lenguas no van a mejor ni a peor: cambian vertiginosamente, lo cual no se puede evitar. La realidad del lenguaje, explica Barrera Linares (2009), se ha venido modificando y exige nuevas teorías o adaptaciones de las preexistentes que expliquen la revolución lingüística que ha supuesto la Internet, y las comunicaciones en general, en materia de formas y variantes sociodialectales. Pero las variedades y estilos de lengua pueden coexistir, lo importante es la adecuación al contexto discursivo. Esperemos que la escuela desarrolle la

competencia pragmática y sociolingüística de los hablantes y los prepare para entender los cambios que están por venir.

THAYS ADRIÁN SEGOVIA

Es profesora en la Escuela de Comunicación Social y Escuela de Letras, Universidad Católica Andrés Bello, UCAB (Caracas, Venezuela). Investiga en Estudios Críticos del Discurso y Psicolingüística.

Referencias

- ÁLVAREZ, C. M. (2022, junio 10): La jerga desobediente de Bad Bunny. En: *The Washington Post*.
- ÁLVAREZ, E.; HEREDIA, H. y ROMERO, M. (2019): “La Generación Z y las redes sociales. Una visión de los adolescentes en España”. En: revista *Espacios*, Vol. 40, (20). Pág. 9. www.revistaespacios.com
- BARRERA LINARES, L. (2009): *Habla pública, internet y otros enredos literarios*. Caracas: Equinoccio, editorial de la Universidad Simón Bolívar.
- BERNÁRDEZ, E. (2008): *El lenguaje como cultura*. Madrid: Alianza.
- BRIZ, A. (1996): *El español coloquial: situación y uso*. Madrid: Arco Libros.
- CABRERA-POMMIEZ, M. (2003): “El léxico juvenil de la clase media alta santiaguina”. En: *Onomazein*, 8. Págs. 75-300.
- CARAVEDO, R. (2003): “Principios del cambio lingüístico. Una contribución sincrónica a la lingüística histórica”. En: *RFE*, LXXXIII.
- CASADO VELARDE, M. (1989). *Léxico e ideología juvenil*.
- DUGARTE, M. J. (2022, marzo 29): “Diccionario del Gen Z venezolano: una guía para que no te sientas perdido”. En: *El Estímulo*. <https://elstimulo.com/viciosidades/2022-03-29/diccionario-del-gen-z-venezolano-una-guia-para-que-no-te-sientas-perdido/>
- GARCÍA, B. (2021, junio 15): El diccionario generación Z-‘boomer’: palabras ‘refacheras’, ‘mamadísimas’ y nada ‘random’ para ser ‘admin’. NUIS www.niusdiario.es/sociedad/educacion
- GIRALDO GALLEGU, D. A. (2012): “Análisis estructural de dos conversaciones coloquiales del lenguaje juvenil medellinense representadas en los medios audiovisuales”. En: *Lenguaje*, Vol. 40, (1). Págs. 209-230.
- GRASSO, M. (2014): *Aspectos informativos del lenguaje vago*. Universidad Nacional de la Plata, Argentina.
- HACHÉ DE YUNÉN, A. (2001): “El sociolecto en el nuevo currículo: su enfoque”. En: *Estudios Sociales*, Vol. XXIV, (125-126). Págs. 75-88.
- HERNÁNDEZ, M. (2021, agosto 12): “Día Internacional de la Juventud. ¿Grupos generacionales o de hábitos de consumo? ¿Qué significa ser centennial o millennial?”. En: *Gaceta UNAM*. <https://gaceta.unam.mx>
- LABOV, W. (1972): “Sociolinguistic Patterns”. En: *Conduct and Communication*, 4. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.