

Os códigos lingüísticos da rede e a paisaxe lingüística galega

Estefanía Mosquera Castro

Universidade da Coruña
e.mosquera@udc.es

Matthew P. Wellings

Universidade de Vigo, Universidade de Santiago de Compostela
matthewpwellings@gmail.com

Recibido o 30/10/2013. Aceptado o 27/01/2014

Linguistic Codes from the Internet and the Galician Linguistic Landscape

Resumo

Neste artigo analízase a proxección social dos novos códigos lingüísticos xurdidos na esfera tecnolóxica e nomeadamente a través dos sistemas de comunicación mediatizada por computador. En particular, tenciona verificar, por unha parte, a súa presenza na linguaxe publicitaria, esfera onde estas prácticas son cada vez máis habituais e, por outra, as súas repercusións na paisaxe lingüística, que manifesta unha moi alta concentración de textos publicitarios e onde estes novos sistemas de escrita están a gañar cada vez maior visibilidade. Os obxectivos que se perseguen son varios: primeiramente, constatar o grao de expansión dos sistemas de escrita xerados na Rede e describirmos a súa orixe, os condicionantes que impulsaron a súa creación e a súa consideración social; en segundo lugar, demostrarmos o grande potencial destes códigos en determinados ámbitos que exceden a esfera lingüística ou comunicativa en que se xeraron, concretamente na paisaxe lingüística galega. Para alén da dicotomía entre o galego e o español e a presenza das linguas estranxeiras, xulgamos relevante incorporar estes usos gráficos, pois constitúen tamén un indicador de vitalidade lingüística. Compilamos un corpus representativo de datos para nos aproximarmos deste fenómeno desde unha perspectiva cualitativa, mais tamén cuantitativa. A través de exemplos concretos examinaremos as súas manifestacións, as motivacións que están detrás do seu uso e a súa transcendencia social. Os resultados obtidos subscriben as nosas hipóteses iniciais e evidencian, igualmente, a necesidade de adoptarmos enfoques multidisciplinares que reflexionen sobre as novidades lingüísticas e que, deste modo, poñan de manifesto a realidade (socio)lingüística da Galiza.

Palabras chave

Paisaxe lingüística, escrita reducida, lingua galega, publicidade

Sumario

1. A transformación tecnolóxica e a súa transcendencia lingüística. 1.2. Os códigos lingüísticos da rede. 2. A paisaxe lingüística. 2.1. A paisaxe lingüística no contexto galego. 3. A escrita electrónica na paisaxe lingüística galega. 3.1. Cuestións metodolóxicas. 3.2. Análise dos resultados. 4. Conclusións.

Abstract

In this study we analyze the social projection of new linguistic codes originating from technological advances, and, in particular, from computer-mediated communication systems. We aim to ascertain, on the one hand, the extent of their presence in the language of advertising, a sphere in which these linguistic practices are increasingly common, and, on the other hand, their impact on the Linguistic Landscape, a space with a high concentration of advertising and where these new writing systems are increasingly visible. This is done with several objectives in mind: firstly, to determine the degree of expansion shown by writing systems originating from the Internet and to describe their origin, the motivations which explain their use, and social attitudes towards them; secondly, to highlight the potential of these codes in certain spheres which go beyond the communicative or linguistic domain in which they originated, and, in particular, in the Linguistic Landscape of Galiza. Aside from the Galician-Spanish dichotomy and the presence of foreign languages, it would seem relevant to incorporate these uses in Linguistic Landscape study, since they are also an indicator of linguistic vitality. To this aim, we collect a representative corpus in order to carry out a qualitative, but also quantitative, study. Through examples, we explore specific manifestations, the motivations which lie behind their use, and their social significance. The results support our initial hypotheses and demonstrate, in addition, the importance of adopting a multidisciplinary approach in order to reflect on this type of linguistic innovation and, in this way, on the (socio)linguistic reality of Galiza.

Keywords

Linguistic Landscape, Netspeak, Galician, advertising

Contents

1. Technological transformation and its linguistic transcendence. 1.1. Linguistic codes of the Internet. 2. Linguistic Landscape. 2.1. Linguistic Landscape in Galicia. 3. Electronic language in the Linguistic Landscape of Galicia. 3.1. Methodology. 3.2. Analysis of results. 4. Conclusions.

1. A TRANSFORMACIÓN TECNOLÓXICA E A SÚA TRANSCENDENCIA LINGÜÍSTICA

A revolución que se produciu nas últimas décadas no campo das tecnoloxías da información e da comunicación representa, para alén da súa compoñente puramente tecnolóxica, unha verdadeira revolución social e cultural. O avance na enxeñaría informática e nas telecomunicacións afectou diversas esferas e está a modificar moitos aspectos da forma en que vemos o mundo e do modo de nos relacionarmos. De acordo con Belda Medina (2003:11), a informática configúrase como o maior expoñente das transformacións que están tendo lugar, tanto nos seus acertos —capacidade de transmitir información dun lugar para outro de forma inmediata— como nos seus fracasos —incapacidade de conseguir un mundo tecnoloxicamente máis equitativo e solidario—. Unha das mudanzas máis interesantes radica no modo en que o usuariado se relaciona coa información transmitida por estas novas canles, como a recibe e a procesa e tamén na forma en que codifica as súas mensaxes e interaxe a través das plataformas dixitais. Así, esta revolución tecnolóxica atañe de forma directa ás linguas, que se ven inmersas en constantes procesos de transformación e de adaptación ás novas realidades que se van orixinando.

A telefonía móbil, como instrumento de comunicación, e a Internet, como espazo para a interacción, foron as tecnoloxías que maiores repercusións causaron e causan no ámbito lingüístico e que, debido ás súas potencialidades comunicativas, foron asumidas por toda a poboación. Neste sentido, a medida que adoptamos unha perspectiva social para entendermos estes novos soportes, o rol que desenvolve a linguaxe tamén virará nun obxectivo central, en tanto que se configura como un medio de base predominantemente textual. A este respecto, subscribimos as palabras de Crystal (2006:10) que, sen negar o valor que posúen os avances tecnolóxicos *per se*, afirma que o que resulta evidente a primeira vista é a súa natureza lingüística e, por tanto, se consideramos a Internet como unha revolución, probabelmente será unha revolución lingüística. A difusión da Internet e da informática e a proliferación de linguas de especialidade deu lugar ao desenvolvemento de novos termos para describiren usos e realidades novas, de forma que a linguaxe presente no discurso electrónico constitúe unha variedade en alza e está imbuída dun espírito fortemente creativo: vira necesario crear vocabulario que describa as experiencias do usuariado, que capte a natureza do contexto dixital e que supere as limitacións comunicativas que impón a tecnoloxía. E neste proceso resulta sorprendente o ritmo vertixinoso con que se están a producir estas mudanzas, que semella ir en paralelo coa rapidez con que as transformacións tecnolóxicas se suceden:

La humanidad ha venido midiendo su progreso históricamente, en términos de tecnología, con el resultado de que cada era nos ha sobrepasado más rápidamente que las anteriores. La Edad de Piedra duró millones de años, pero la siguiente, la de Metal, sólo cinco mil años. La Revolución Industrial [...] doscientos años. La Era Eléctrica [...] cuarenta años. La Era Electrónica duró veinticinco años y la Era de la Información ya tiene veinte, evolucionando rápidamente desde lo que podríamos llamar Infolítico Inferior al Infolítico Superior o Información Hipermedia (Terceiro 1996:29).

En relación con isto, convén resaltarmos, igualmente, a grande influencia da lingua inglesa na creación léxica, dado que para alén do idioma de comunicación internacional, se converteu tamén na lingua predominante no ámbito informático (Bit, USB, RAM etc.) e na Internet (web, link, URL, e-mail etc.). Este grande desenvolvemento terminolóxico e sobre todo a súa celeridade provocaron certa incertidume sobre os usos lingüísticos da Internet¹, o que motivou a aparición nos últimos anos de diversos dicionarios, glosarios, vocabularios (véxase Benedito 2003) e mesmo guías de estilo que ofrecen ao usuariado unha serie de indicacións sobre o modo de interaxiren a través do soporte electrónico de forma eficaz, tamén coñecidas como *netiquette*. Con moita frecuencia estas regras de comportamento e de cortesía incorporan indicacións de tipo interaccional, o que non adoita producirse para as conversas presenciais, onde o máis fre-

¹ Crystal (2006:28) dá conta das diversas posibilidades con que se coñece este fenómeno: ciberfala, linguaxe da Internet, discurso electrónico, linguaxe electrónica, discurso escrito interactivo, comunicación mediatizada por computador, entre os máis comúns.

cuenta é que se resolvan dúbidas sobre conflitos puntuais na variación de uso e non tanto sobre cuestións relativas á comunicación, que se presupoñen coñecidas. Isto é, á diferenza da Internet, na conversa espontánea non esperamos encontrar moderadores que nos avisen de se saímos do tema ou de se dicimos algo inaceptábel, como acontece nalgúns medios electrónicos, como os foros ou as listaxes de distribución; e, da mesma forma, non incorporan suxestións de tipo lingüístico, como non escribirmos con maiúsculas ou evitarmos o uso recorrente das abreviaturas, entre as máis habituais. Na maioría das plataformas dixitais respéctanse estas indicacións, mais o aparecemento de novas modalidades discursivas como as SMS, o correo electrónico, os chats ou a mensaxaría instantánea motivou tamén o desenvolvemento de novos códigos lingüísticos que desafían a ortografía normativa —e moitas das regras de cortesía da *netiquette*— para dar resposta ás restricións tecnolóxicas do soporte electrónico e ás novas necesidades comunicativas do usuario.

1.1. Os códigos lingüísticos da rede

A forma en que a lingua escrita é utilizada nos medios de comunicación electrónica está a mudar non só a natureza da escrita como proceso, mais tamén a natureza da linguaxe como obxecto (Kwang-Kyu 1996:3). Así, a análise da lingua no contexto dixital debe partir de diversas premisas. Por unha banda, cómpre termos en consideración a importancia do medio, o que implica que a linguaxe se adecúe á tecnoloxía. O tamaño da pantalla condiona a lectura e impide visualizar longos extractos de texto, de aí que a escrita de textos breves sexa particularmente apreciada e que se fomente a espontaneidade face á prosa elegante (Fiormonte 2003:114). Igualmente, o tamaño do teclado e as restricións no número de caracteres —como nas SMS ou no Twitter— convida ao usuario a desenvolver estratexias que axilicen os seus intercambios. Por outra banda, as particularidades da comunicación electrónica tamén permiten explicarmos en grande medida estas prácticas lingüísticas: estamos perante unha situación de enunciación próxima á simultaneidade e á espontaneidade propia dunha conversa presencial, mais que se realiza a distancia e a través da modalidade escrita. Todos estes condicionantes xustifican a creación dunha variedade lingüística que se caracteriza pola súa brevidade e polo seu carácter oralizante: os procedementos de redución vocabular están motivados pola necesidade de aforrar tempo e espazo e expresar así a maior cantidade de información no menor número de unidades lingüísticas²; outrosí, o intento de aproximar a interacción electrónica á conversa presencial provocará tamén o desenvolvemento de diversas estratexias de ampliación que marquen o texto do punto de vista expresivo e que mitiguen, na medida do posíbel, a ausencia dos elementos paralingüísticos, como os xestos ou o ton de voz.

O relativo equilibrio entre as figuras de simplificación e as de expresión constitúe unha constante neste tipo de códigos lingüísticos e é esta circunstancia a que contribúe para dotar de sentido —e en certo modo de exclusividade— esta modalidade gráfica. Por tanto, ao lado de recursos de redución como a elisión de vogais, o uso de abreviaturas, a simplificación da sintaxe ou a omisión de espazos, tamén figuran outros de natureza expresiva que, contrariamente, redundan na repetición, caso dos emotícones, do uso de símbolos alfanuméricos con valor fonolóxico, dos estiramentos gráficos ou da puntuación enfática (véxase 3.2.2). A propia natureza dos textos electrónicos, pensados para non perduren no tempo, favorece estas prácticas lingüísticas: así, a preocupación pola caligrafía, os erros tipográficos ou a procura da palabra idónea transfórmanse en premura, efusividade e condensación. En calquera caso, todas as estratexias —ben foren de simplificación ou ben de ampliación— demostran a capacidade creativa do usuario que experimenta e xoga coa lingua para a amoldar aos seus intereses comunicativos e que, ao mesmo tempo, amplía a gama de expresión das linguas ao

² Motivacións, por outro lado, nada novidasas, pois contan con moitos antecedentes na historia da escrita: a taquigrafía, as inscricións romanas, as abreviaturas nos manuscritos ou mesmo os apuntamentos do alumnado constitúen mostras de toda unha tradición anterior que xa realizaba este tipo de prácticas lingüísticas coa mesma finalidade (Mosquera Castro 2013:24).

introducir novas convencións. Por esta razón, diversión, creatividade e rebeldía configúranse como factores claves para explicarmos este fenómeno que se move entre a transgresión lingüística e a eficiencia comunicativa.

As repercusións gráficas da rede e a rapidez con que se consolidaron para a interacción nestes contextos suscitaron un estado de pánico moral non só entre a comunidade lingüística e docente, mais tamén a nivel social e, neste sentido, moitas persoas mostraron a súa preocupación polos posibles efectos que a revolución tecnolóxica está a provocar no modo de empregarmos a lingua. De acordo con Baron (2008:163), "there's an international perception that computers and mobile phones are affecting everyday language, and that these effects are generally not for the better". Na mesma liña, Crystal (2008:8) afirma que "there is now a widespread folk belief that, whatever texting is, it must be a bad thing". En consecuencia, é frecuente acharmos notas de prensa que se declaran en contra deste novo sistema de escrita, por canto xulgan que constitúe unha deturpación lingüística que debe ser condenada. Thurlow (2006) recolle algunhas destas impresións no seu traballo:

Online language has developed into a shorthand that all but obliterates the Queen's English. Our kids log on and catch the Webspeak virus. This new communicable disease spreads like jam on toast, presto, Spell-Drek: The Next Generation.

If the already ingrained corruption of the English language is perpetuated, we will soon be a nation made up entirely of grammatical duffers.

Exam papers are 'riddled' with abbreviated words and spellings. Young people seem to be throwing out the dictionary in favour of the quick and easy way of writing.

And to think this happened in the land of Shakespeare. If the bard were alive today, he'd probably write, '2B or not 2B'

De igual modo que as estratexias lingüísticas presentes neste sistema de escrita non constitúen unha auténtica revolución no referente aos procesos, tamén non son novas as profecías que atribúen todo tipo de alarmas lingüísticas á influencia da tecnoloxía e que auguran o desaparecemento da lingua e a dexteración dos estándares orais e escritos; o mesmo aconteceu coa escrita e coa imprensia (Cortés Conde 2010). No entanto, e como xa demostraron algúns autores, cal Ling (2005), Thurlow (2006) ou Crystal (2011), na maioría dos casos estas preocupacións están baseadas en prexuízos. Por outro lado, e na dirección contraria á das que as persoas que tildan esta escrita de anárquica, desregrada e difícil de comprender, as investigacións máis recentes permiten desmontar moitos dos mitos que se foron creando ao seu redor. Sobre este particular, Teixeira (2008) subliña que "para quem as usa, [as abreviaturas] não podem ser [caóticas], já que quem utiliza um qualquer sistema diferente do padrão o faz com a justificação de assim ser mais fácil comunicar" e acrescenta que "na verdade, a anarquia (múltiplas formas para o mesmo efeito) é simultaneamente maleabilidade: possibilidade de adaptação a qualquer grau de alteração que os usuários queiram". Nestes medios, convén salientarmos que o dito desregramento é máis aparente do que real e fomenta a creatividade na medida en que, ao non existiren regras definitivas, a procura de novos procesos é constante. Igualmente, cómpre salientarmos a complexidade lingüística de moitas das estratexias creadas polo usuariado, o que presupón un coñecemento previo e consolidado da compoñente gramatical e ortográfica da lingua de partida e non á inversa. Para Crystal (2008:72) esta complexidade responde á necesidade de experimentación lingüística do usuariado:

It is a part of our intuition from our earliest days: something like 80 per cent of the language used to children in their first year of life is playful. And children quickly learn that one of the most enjoyable things you can do with language is to play with sounds, words, grammar, and —later on— spelling. The drive to be playful is still there when we text. And it is a hugely powerful drive. Even the super-pedants who condemn texting cannot resist it.

Por tanto, xulgamos que as modalidades discursivas electrónicas ofrecen ao usuariado un medio que o estimula para explorar e xogar coa linguaxe ao tempo que lle permite desenvolver ou perfeccionar a competencia lingüística e comunicativa na súa lingua vehicular. Aliás,

consideramos que se trata dunha nova variedade contextual de representación gráfica, que non vai substituír o código estándar, senón que xorde motivada polas propias características do soporte en que se desenvolveu, e que, ao contrario do parecer xeral, constitúe un signo de vitalidade lingüística, o que se torna relevante no caso de linguas minorizadas como o galego. De feito, a creatividade manifesta da linguaxe SMS converteuna nun fenómeno de grande rendibilidade en contextos que exceden o marco tecnolóxico para o que se creou, como o publicitario, o literario, o artístico e inclusive o educativo (véxase Mosquera Castro 2013).

Concretamente, o sector publicitario está a aproveitarse cada vez máis das funcionalidades que este sistema gráfico lle ofrece. A publicidade ten como obxectivo persuadir, isto é, captar o interese do público e convencelo para que adquira un determinado produto. Neste sentido, a súa linguaxe é orixinal, creativa e suxestiva. As SMS, os chats ou os tweets utilizan recursos enfáticos para crearen textos dinámicos e expresivos e comunicaren con máis precisión e de forma máis efusiva. Do mesmo modo, no mundo da publicidade e da persuasión, a creatividade tamén é sinónimo de efectividade: preténdese chamar a atención, convencer a primeira vista e provocar reaccións no público. Outrosí, neste ámbito as cuestións espaciais teñen tamén implicacións económicas significativas: as mensaxes deben transmitir a información máis relevante do produto na maior brevidade posíbel para evitar custos e tamén para que o público as reteña e as memorice con rapidez (Muela Molina 2008:121). En consecuencia, moitas mensaxes publicitarias utilizarán recursos de simplificación e de expresión propios dos códigos lingüísticos da rede para conseguir conectar co público, sobre todo na publicidade gráfica.

Os paralelos entre a linguaxe publicitaria e a da rede son máis do que evidentes, pois en ambos os casos destaca a natureza pragmática dos usos lingüísticos. Quere dicir, tanto o discurso electrónico como a linguaxe publicitaria se rexen pola economía de tempo e de espazo e esta é a razón da proxección da primeira ao ámbito da publicidade. Nesta esfera a escrita reducida foi entendida como unha posíbel vía para contrarrestar as anteditas limitacións e para favorecer a atracción do público perante un determinado produto: encriptar nalgunha medida o contido da mensaxe require un maior esforzo de comprensión e aumenta o interese das persoas para a descodificaren. Ao mesmo tempo, contribúe para mostrar a proximidade e atraer un certo tipo de público, neste casos as faixas etarias máis novas. En síntese, as características destes códigos lingüísticos ofrecen á linguaxe publicitaria autenticidade, brevidade, unidade e modernidade, o que permite connotar as mensaxes con novos matices e facelas visualmente atractivas.

2. A PAISAXE LINGÜÍSTICA

A popularización destas tecnoloxías da comunicación coincide en grande medida co período de tempo en que se constitúe o estudo da paisaxe lingüística (PL) como unha forma de achegarse a unha das manifestacións máis importantes do multilingüismo social: os usos escritos no espazo público. Nomeadamente, é nun traballo pioneiro de Landry e Bourhis (1997) cando se lle pon por primeira vez nome e definición nítida ao concepto de *Linguistic Landscape*³. Por riba dalgunha diverxencia de enfoque ou de metodoloxía, a inmensa maioría de estudosos deste ámbito asume a definición que ofrecen estes autores da PL como “the visibility and salience of languages on public and commercial signs in a given territory or region” (Landry e Bourhis 1997: 23). Para eles:

The language of public road signs, advertising billboards, street names, place names, commercial shop signs, and public signs on government buildings combines to form the linguistic landscape of a given territory, region, or urban agglomeration (Landry e Bourhis 1997: 25).

³ Con todo, existen investigacións anteriores cun enfoque similar, mais nas que non figura unha denominación clara (véxase, entre outros, os traballos de Tulp 1978, de Calvet 1990 e Spolsky e Cooper 1991).

Partindo desta definición, xorden varias correntes de investigación da PL que seguen vixentes neste momento. Existe, por un lado, un bo número de traballos centrados nos efectos da globalización e no multilingüismo en grandes metrópoles (véxase Backhaus 2006 e 2007, sobre Tokyo; Huebner 2006, sobre Bangkok; Leeman e Modan 2009 e Yanguas 2009, sobre Washington DC, e Papen 2012, sobre Berlín, entre outros). As consecuencias lingüísticas das migracións humanas tamén se observan nun estudo como o de Franco Rodríguez (2008) que analiza na PL os efectos da situación de contacto entre o español e o inglés en Florida. En Madrid, o traballo de Castillo e Sáez (2011) tamén puxo de relevo os efectos dos fluxos migratorios recibidos por esta cidade nas últimas décadas, e tamén o uso de linguas estranxeiras en textos destinados a turistas: parte do seu corpus confórmano as zonas do aeroporto de Madrid-Barajas, por exemplo. Os impactos do turismo son igualmente ponderados en estudos que teñen como obxectivo o uso do inglés como *lingua franca* neste sector (véxase Bruyèl-Olmedo e Juan-Garau 2009, entre outros).

Por outra banda, tamén se ten empregado esta metodoloxía para dar conta da situación de linguas sen Estado que conviven con linguas estatais. É o caso do bretón e o corso (Blackwood 2011), o saami, kven e meänkieli (Pietikäinen et al. 2011) e o galés (Coupland 2012). Das comunidades do Estado español con lingua propia cooficial, convén salientarmos o traballo de Lado (2011) sobre a situación do valenciano na PL de Gandía e na cidade de Valencia, e o de Cenoz e Gorter (2006), que focalizaron a súa atención sobre o vasco en Donostia (que compararon coa situación do frisón nunha vila de Friesland en Holanda). Os resultados obtidos por Lado, por unha banda, e Cenoz e Gorter, pola outra, contrastan no sentido en que Lado acha que as medidas adoptadas nas últimas décadas a favor da normalización da lingua propia non se ven reflectidas pola PL, en canto Cenoz e Gorter observan niveis de uso máis altos do vasco que do frisón nos seus respectivos territorios, o cal os conduce a conclusións máis positivas sobre o proceso de normalización. A respecto de Barcelona, existe unha serie de traballos focados sobre todo nas mensaxes publicitarias, onde se analizan as diferenzas lingüísticas atendendo ao sector de actividade comercial (Solé, 1998; Lepître e Romani, 2000; Gasull e Ponsa, 2003). Concretamente, Gasull e Ponsa (2003:20) constataron “una situación encara prou negativa pel que fa a la situación normal de la llengua catalana”.

Este último enfoque toma como punto de partida a asociación, promulgada tamén por Landry e Bourhis (1997: 30), entre a PL e a “vitalidade etnolingüística”. Para estes autores a PL tería dúas funcións: unha informativa e unha simbólica. Canto á primeira, o estudo da PL permite conseguir información sobre os límites territoriais das linguas ou, por exemplo, tirar conclusións sobre a lingua en que se poden levar a cabo o comercio ou os trámites administrativos nun determinado territorio. Por outro lado, estaríamos perante a función simbólica da PL cando esta reflicte o estatus das linguas e as relacións de poder ou cando a inclusión ou exclusión dunha lingua evidencia xuízos de valor sobre ela.

Na mesma liña, pero máis recentemente, Coupland (2012: 2) considerou que a PL “is a planned projection of social values and hierarchies, including ideological values attaching to language varieties and language situations”. De feito, como salienta Coulmas (2009), as manifestacións escritas no espazo público cumpren este rol desde os seus inicios históricos, desde que en pezas como a pedra de Roseta podemos observar o reflexo e a reafirmación das xerarquías sociais, e lingüísticas, da época. Como sinala este autor, a PL tamén foi usada ao longo da historia para a expresión do poder (ao establecer, por exemplo, prohibicións ou obrigas para o pobo) ou das contraculturas (caso das pintadas) (Coulmas 2009: 20). Está claro, daquela, que a PL se presta a interpretacións en clave simbólica. Con esta orientación destaca o estudo de Ben-Rafael et al. (2006), quen aproveitaron as posibilidades ofrecidas polo estudo da PL para mellor entender as relacións de poder entre diferentes grupos etno-relixiosos en Xerusalén. Como eles, son moitos os autores que distinguen nos seus traballos sobre a PL entre textos “desde arriba” e “desde abaixo”, unha dicotomía un tanto simplista e artificial, como salientou Spolsky (2009), pero que é de indubidábel utilidade para chegarmos a interpretar a súa función simbólica.

Por último, cómpre repararmos en que Landry e Bourhis tamén demostraron que a PL ten un efecto *carryover* a outros ámbitos. Isto é, mostraron que se trata dun fenómeno que inflúe nos usos lingüísticos noutras esferas, xa que verificaron relacións estatisticamente significativas entre a PL experimentada polos individuos e os seus resultantes comportamentos lingüísticos (Landry e Bourhis 1997: 45). Segundo estes autores, canto maior é a presenza percibida da nosa lingua na PL, maior é a tendencia ao seu emprego, non só nos nosos usos escritos no ámbito da PL, mais tamén en usos orais e noutros contextos máis privados como os relativos á familia ou ás amizades.

2.1. A paisaxe lingüística no contexto galego

No ámbito galego o estudo da PL tivo un desenvolvemento moito máis serodio e foi nos últimos cinco anos que comezaron a aparecer os primeiros traballos deste tipo centrados na Galiza. A primeira en aproximarse á PL galega foi Dunlevy (2009; 2012) nun estudo que compara a PL dunha praza da cidade da Coruña coa dunha praza da vila de Cee. Este traballo foi seguido polo de López Docampo (2011a; 2011b) que focalizou a súa atención na cidade de Pontevedra. Por último, existe tamén un estudo da PL da capital galega, Santiago de Compostela (Wellings 2012 e no prelo). Estas tres investigacións centráronse fundamentalmente na situación de conflito lingüístico existente entre o galego e o español e, en liñas xerais, os resultados obtidos nos tres casos corrobóranse entre si.

Os tres estudos seguen a Landry e Bourhis ao consideraren a PL como indicadora da vitalidade das respectivas linguas e, neste sentido, os datos que achegan son pouco esperanzadores para o galego, pois poñen de relevo que se trata dun ámbito onde esta lingua aínda está lonxe de acadar unha normalización plena. En Santiago de Compostela, por exemplo, soamente o 17% dos sinais monolingües privados están escritos en galego e en Pontevedra esta porcentaxe redúcese ao 11% (Wellings no prelo; López Docampo 2011b). É significativo o contraste entre estas cifras e os usos declarados no MSG 2004 para as dúas cidades (no tramo de idade de 15 a 54 os usos declarados maioritarios ou exclusivos do galego chegan ao 42% en Compostela e ao 23% en Pontevedra, duplicando en cada caso os usos na PL que acabamos de sinalar). Outro dato relevante para entendermos a situación de conflito lingüístico é o feito de que, cando os dous códigos aparecen xuntos no mesmo texto, é o español o que adoita prevalecer sobre o galego, facéndoo, por exemplo, no 80% destes casos en Compostela (Wellings no prelo).

A tendencia xeral verificada nestes estudos, é, xa que logo, a dunha marcada subordinación do galego fronte ao español⁴. Non obstante, todas as investigacións existentes da PL galega tamén revelaron unha dramática diverxencia entre a PL “desde abaixo”, textos colocados por cidadáns e empresas privadas, e a institucional (textos “desde arriba”), onde se inverte a tendencia e predomina o galego, nun 96% en Pontevedra, por exemplo (López Docampo 2011b: 21). Esta situación encontrada nos textos institucionais débese claramente á lexislación vixente que delega nas administracións autonómicas e municipais a responsabilidade de garantiren o uso normal do galego, asumindo estas un rol de promoción da lingua. Non obstante, cómpre termos en conta, que a PL está moito máis determinada pola cidadanía nos textos privados e comerciais do que polas institucións, ás que só se lle pode atribuír unha porcentaxe moi reducida; en Pontevedra, por exemplo, constitúe só o 12% da PL estudada (López Docampo 2011b:20).

Esta dicotomía PL institucional-PL privada tamén foi interpretada (Regueira / López Docampo / Wellings 2013: 58) como unha demostración do fracaso da planificación lingüística “de baixa intensidade” (a expresión é de Lorenzo, 2005) que, a pesar da galeguización da PL institucional, non foi capaz de incidir na PL privada para contrarrestar os prexuízos (Iglesias 2002) que seguen a disuadir do seu uso. Neste sentido, cando se lle pregunta, a cidadanía ma-

⁴ A única excepción é Cee onde Dunlevy (2009) acha unha presenza máis importante do galego; porén, a mostra comprende unha soa praza desta vila, de modo que coidamos que é preciso interpretarmos este dato con precaución.

nifesta actitudes positivas e máis do 80% declaran que lle parece “ben” ou “moi ben” o uso do galego na rotulación comercial (Ramallo e Rei Doval 1997:325). No que se refire ás actitudes manifestadas en relación coa PL, tamén é frecuente a crítica da calidade do galego empregado neste e noutros ámbitos; así, en dous dos estudos salientase a incidencia dos erros e das interferencias do castelán no galego da PL. Este fenómeno recibe a atención de López Docampo (2011a:169), quen resalta que, no relativo á PL, se observa unha diferenza notábel entre a cultura escrita en galego e en castelán que dá a impresión de que existe unha “depuradora e civilizada lingua castelá fronte á allea e impura lingua galega, onde todo parece valer”; na mesma liña, Wellings (no prelo) pon de relevo que na PL compostelá arredor do 5% dos textos escritos en galego normativo conteñen algún tipo de erro ou interferencia. De feito, aparecen máis textos deste tipo que os escritos que seguen outra norma distinta da oficial, que teñen unha presenza moi residual na PL e limitada a certos soportes e sectores (as pintadas e as mensaxes políticas).

Porén, dentro do patrón xeral que mostran as PL institucional e privada, tamén se encontran algúns sectores que destacan por inverter as tendencias xerais. No ámbito privado estes inclúen, en Compostela, os da alimentación, as librarías, as mensaxes políticas, a seguridade e os xoguetes, excepcionais por mostraren máis presenza do galego que do español. Por outra banda, as institucións relixiosas e estatais (Correos, Goberno de España, etc.) alteran a preferencia das institucións por empregar o galego e predomina o español (Wellings no prelo). Outro resultado interesante neste sentido é o caso das asociacións: o 96% dos textos así clasificados corresponden a asociacións de empresarios (p.ex. Asociación de Empresarios de Hostalaría) que, a pesar de seren organismos privados diferéncianse doutros establecementos da mesma índole por teren unha natureza a medio camiño entre estes e as institucións públicas. En Compostela observouse que a presenza do galego se incrementa respecto á media xeral para o comercio privado (31% fronte ao 17%); con todo, se se exclúe este sector da análise dos textos monolingües privados, a presenza do galego redúcese ao 15% (Wellings no prelo).

Alén de daren conta da situación do galego e do español, os tres estudos da PL galega con que contamos a día de hoxe tamén coinciden no feito de realizaren unha análise da presenza na PL de linguas estranxeiras (entendidas como todas as que non sexan galego ou español). O aparecemento destas linguas parece deberse nestes tres traballos a un uso connotativo orientado a conferir por asociación algún valor ao produto anunciado; neste punto, a grande excepción é a zona vella de Santiago de Compostela (o centro turístico da cidade), onde se achou un uso dos idiomas estranxeiros máis ligado ás traducións e aos textos puramente informativos, fenómeno que se explica polo emprego do inglés como lingua franca do turismo (Wellings no prelo). No entanto, até o de agora ningún destes estudos salientou a presenza na PL dos novos códigos procedentes das TIC e, até onde sabemos, non existe tampouco fóra da Galiza ningún traballo destas características⁵. Non obstante, e como apuntamos en 1.1 moitos autores teñen manifestado a rendibilidade lingüística destes códigos e a súa proxección fóra do ámbito en que se xeraron. Neste sentido, Chiappe (2008) fai referencia á súa andadura literaria: “una literatura [...] sin posibilidades de pronunciación, lo cual, con los medios de comunicación actuales quizás tenga poca importancia”; Crystal (2008:116,159) subliña tamén a súa presenza no ámbito artístico e no educativo, e Xue / Yin / Davison (2011:74) reparan nas repercusións destes códigos no Procesamento da Linguaxe Natural (PLN) e, consecuentemente, no campo da Lingüística Computacional.

En todos os casos, os estudosos coinciden en sinalar a enorme produtividade deste fenómeno lingüístico fóra do seu contexto orixinario e a necesidade de investigarmos sobre o seu alcance. Por esta razón, xulgamos que a notábel incidencia da linguaxe dos chats e das SMS na esfera publicitaria permitirá abordarmos o estudo destes códigos no marco da PL e, ao

⁵ Nun recente artigo sobre a PL de Almería, Franco Rodríguez (2013) expón unha clasificación interesante dos fenómenos lingüísticos achados (ortográficos, gramaticais e lexicais) no seu corpus que contén algúns dos fenómenos de que falaremos neste estudo; porén, a mención que fai do “text message writing” (116) a este respecto é breve e non se toma como punto de partida como propoñemos neste traballo.

mesmo tempo, contribuímos para ampliar as perspectivas desde as que analizarmos a lingua galega. Así, ao se tratar dun espazo cunha moi alta concentración de textos publicitarios, xulgamos que esta aproximación desde a PL poderá ser relevante para medir o grao de extensión que acadaron estes novos sistemas de representación da escrita e cales son os motivos que descansan tras estas prácticas. Non se pode pasar por alto a importancia simbólica xa comentada da PL: a presenza dun determinado código na PL fálanos do seu poder, do seu prestixio e do seu estatus; establece e reafirma os usos marcados e non marcados e a nosa exposición diaria a ela culmina a súa capacidade para influír nos nosos comportamentos lingüísticos. Seguindo Habermas (1962), trátase dunha dimensión da “esfera pública” e, por esta razón, a presenza da escrita abreviada neste espazo vira especialmente significativa.

3. A ESCRITA ELECTRÓNICA NA PAISAXE LINGÜÍSTICA GALEGA

3.1. Cuestións metodolóxicas

Os obxectivos deste traballo camiñan en varias direccións, todas elas complementares: primeiramente, constataremos o grao de expansión dos sistemas de escrita xerados na rede, reflexionarmos sobre as implicacións sociolingüísticas deste fenómeno e verificarmos o grao de potencial destes códigos en determinados ámbitos que exceden a esfera lingüística ou comunicativa en que se crearon; tales propósitos xulgamos telos acadado en liñas xerais a través da sección inicial, mais serán completados nas páxinas que seguen. En segundo lugar, aprofundarmos sobre a proxección destes códigos non normativos no marco da paisaxe lingüística e, en particular, daquela xerada na Galiza. Nesta liña, tamén agardamos que a análise destas manifestacións resulte frutífera para facer unha lectura sobre a vitalidade dunha lingua minorizada como a galega, a depender da súa (in)visibilidade nestes espazos, e que, por tanto, poida servir para achegarmos novos datos sobre a situación do galego que complementen os que xa forneceron os estudos xa existentes (véxase 2.1).

Para esta finalidade, compilamos un corpus representativo de datos⁶ que nos permitise aproximarnos a este fenómeno desde unha perspectiva cualitativa e tamén cuantitativa. Neste sentido, seguiremos un enfoque funcional que, para alén de ser o dominante no campo dos estudos filolóxicos sobre o galego, é aquel que mellor encaixa coa orientación deste traballo, pois entende a lingua real como punto de partida para explicar a organización, a variación e a (re)producción de cada un dos elementos que a conforman, ao tempo que concede unha grande relevancia ás circunstancias contextuais e/ou pragmáticas que envolven todo acto lingüístico (Pérez Guerra 1998:20-21). No entanto, tamén non negamos a relevancia do modelo formal, de modo que trataremos de adoptar unha metodoloxía mixta que permita abordar este fenómeno lingüístico combinando a introspección reflexiva coa observación sobre os textos.

A este respecto, examinaremos, a través de exemplos concretos, as manifestacións na PL galega destas novas escritas e trataremos de determinar a súa representatividade e a súa transcendencia social e simbólica. Será necesario, por tanto, tratarmos estas manifestacións non só atendendo á súa natureza lingüística, mais tamén reflexionando en cada caso sobre as razóns que as puideron motivar e sobre as informacións implícitas que revelan estes usos no referente á situación sociolingüística na Galiza. Neste punto, intuímos que ao igual que o uso de certas linguas estranxeiras na PL pode conferir determinados valores ao comercio ou produto anunciado, estoutros códigos tamén poden desenvolver unha función connotativa, alén da propiamente informativa. Na análise da mostra, xa que logo, será tamén relevante prestarmos atención a estes posíbeis matices.

⁶ Aínda que algunhas mostras serán inseridas no corpo do traballo, cómpre sinalarmos que o corpus con que contamos é moito maior e encóntrase accesíbel na seguinte ligazón: https://drive.google.com/folderview?id=0B_gTrzZQkwOeFdjNHFLdGo2bms&usp=sharing.

3.2. Análise dos resultados

3.2.1. Grao de expansión e incidencia

A análise cuantitativa do noso corpus confirma a expansión destes novos códigos, procedentes das TIC, á PL galega. Por exemplo, nunha mostra de 2288 textos tomados do centro de Santiago de Compostela achamos máis de cen textos que presentan algún trazo destas ciberfalas. Esta cifra podería parecer residual en termos absolutos xa que representa algo menos do 5% da mostra; no entanto, cómpre lembrarmos que se recolleron todas as manifestacións escritas visíbeis na esfera pública e que a PL se configura como un espazo cunha densidade moi elevada de textos, que poden aparecer ligados a tipos de soporte moi variados e en formatos de marco e tamaños de letra moi diferentes. Así as cousas, a PL non só inclúe os rótulos frontais dos locais ou os vales publicitarios de grandes dimensións, senón tamén os pequenos anuncios que a cidadanía coloca en postes de farol ou os pequenos autocolantes situados nas baixadas das cañarías, entre os máis habituais. Tendo en conta esta situación, non é sorprendente que eses 2288 textos correspondan unicamente a 6 rúas e prazas compostelás (iso si, 6 das máis comerciais e densas en termos de PL), o cal nos daría unha media, nada insignificante, de case 20 manifestacións destes escritos por rúa ou praza. Alén diso, no caso das mostras achadas con linguaxe da rede convén sinalarmos que, embora tamén se documenten en pequenos soportes, o máis habitual segundo o noso corpus é que ocorran fundamentalmente en grandes soportes, como os rótulos frontais dos locais comerciais ou MUPIs⁷ e, en consecuencia, nos textos máis visíbeis da PL. Neste sentido, e aínda que os estudos existentes da PL non converxeron nunha solución metodolóxica común para compensar os diferentes tamaños de soporte, parece claro que o peso destes códigos na PL pode ser aínda máis importante do que indican os números absolutos. Por tanto, estaríamos perante un fenómeno digno de ser tomado en consideración. Neste punto, cabe destacarmos que, como era de esperar, estas formas resultaron estar totalmente ausentes da PL institucional e, xa que logo, concéntranse exclusivamente na privada, ao se tratar de usos que, como veremos, figuran estreitamente ligados aos elementos de natureza publicitaria ou comercial.

Na análise da PL galega os casos ambiguos sempre forman unha categoría importante, xa que en ocasións as mensaxes son demasiado curtas para adscribir de xeito inequívoco un sinal a unha lingua concreta das varias do noso contorno, debido á súa proximidade estrutural e ao seu alto grao de parentesco. Non obstante, os datos que manexamos permiten constatar que as tres linguas que utilizan esta modalidade escrita son o español, o galego e o inglés. En canto aos niveis de uso, existe un paralelismo cos resultados apuntados anteriormente a respecto da PL comercial (2.1), pois a lingua máis produtiva nestes fenómenos continúa a ser, con diferenza, o español. Do mesmo modo, esta lingua é seguida polo galego e despois, moi de preto, polo inglés. Non obstante cando analizamos unicamente os textos redixidos nesta modalidade gráfica a dimensión da diferenza entre o galego e o inglés redúcese até o punto de os dous idiomas contaren cun número moi equilibrado de ocorrencias. Por outra banda, tamén resulta significativa a ausencia doutras linguas no uso destes códigos, ao contrario do que acontece na PL xeral, en que si gozan de certa produtividade.

A teor destas cifras e considerándonos o uso e a incorporación á lingua deste novo sistema de representación escrita como un sinal de vitalidade lingüística ao ampliar rexistros e ofrecer novos roteiros para a experimentación lingüística, podemos tamén afirmar que é o español o que máis se está a enriquecer con este tipo de prácticas; o galego, por seu turno, continúa sen tirarlle demasiada rendibilidade a este fenómeno, ao tempo que se constata unha tendencia por parte dos anunciantes a recorreren ao inglés case na mesma medida en que o fan co galego.

3.2.2. Recursos lingüísticos utilizados

Desde unha óptica puramente lingüística, o noso corpus confirma o éxito das estratexias distintivas da ciberfala. Neste sentido, unha das cuestións máis significativas e máis doadamente

⁷ Mobiliario Urbano como Punto de Información. Entre os máis frecuentes están as marquesiñas e os quioscos.

perceptíbeis nunha primeira aproximación a estas mostras de PL é a aparición dunha serie de innovacións tipográficas conscientes e deliberadas que, como examinaremos en 3.2.3, posúen múltiples e diversas funcións. Estas licenzas lingüísticas alcanzan unha enorme produtividade na PL galega, tanto no referente aos mecanismos de simplificación como aos de natureza expresiva, pois conforman recursos rendíbeis para paliar as limitacións espaciais e económicas dos soportes publicitario e para resultar, a un tempo, lingüísticamente creativo. De acordo co sinalado en 2.1, ambas as técnicas —encriptación e orixinalidade gráfica— resultan atractivas e permiten captar a atención do público e inclusive atraer clientela (vexase 3.2.3).

Así as cousas, e embora a descrición lingüística das mostras de PL poida realizarse atendendo á área lingüística a que se adscriben os ditos fenómenos —ortografía, fonética, pragmática etc.— xulgamos máis acaído abordala en función da súa finalidade, ora redutora ora expresiva. Con todo, somos conscientes de que nalgúns casos será difícil disociarmos ambos os propósitos, xa que na maior parte dos textos —60,6%— estas estratexias aparecen de forma combinada. Por esta razón, enumeraremos en primeiro lugar aqueles fenómenos máis rendíbeis no noso corpus seguindo, en liñas xerais, o catálogo de fenómenos lingüísticos analizados en Mosquera Castro (2012), para determinar en 3.2.3 as súas motivacións:

- Elisións vocálicas: convén distinguirmos aquelas que se producen por contacto vocálico, similares aos encontros de fonética sintáctica que se constatan na oralidade, como acontece en *plat@zero*, e aquelas outras que se eliminan porque poden ser facilmente recuperadas polo contexto ou polas propias consonantes que forman a palabra, caso de *sfera*, *zpatos*, *kprichos*, *aptc* ou *pqliar*. Son estas últimas as que contan cun maior grao de aparición no noso corpus, motivadas seguramente porque a natureza gráfica do soporte restrinxe os posibles fenómenos de crase. Vexamos algunhas mostras:



Figura 1. Elisións vocálicas

- Reducións consonánticas: igual que acontece no vocalismo, existen diversas estratexias e todas elas se manifestan en maior ou menor medida na PL galega. Así, elimínanse as grafías mudas como o “h” ao careceren de representación acústica, como acontece no lema publicitario de Movistar “te abla”; simplifícanse os dígrafos pola súa proximidade sonora con grafías simples (ll>y), caso de *kbeyo’s* e redúcense os grupos consonánticos como en *xunkeira* ou *koketa* (qu>k). Porén, o recurso de maior rendibilidade será a simplificación da correspondencia fonema / letra, que se manifesta practicamente no 24% da mostra, cal en *estetika* ou *deskarada*. Así, por exemplo, utilizaranse indistintamente as grafías “b” e “v” para representar o fonema oclusivo bilabial sonoro e o “c”, o “k” ou o “Q(u)” para o oclusivo velar xordo; isto permitirá restar relevancia ou anular —e, por tanto, simplificar— as regras que rexen en cada caso, embora os resultados poidan pola súa orixinalidade facer mais complexa a lectura ou causar estrañamento. Eis varios exemplos:



Figura 2. Reducións consonánticas

- Reducións grafo-fonéticas: a afectar tanto o consonantismo como o vocalismo verificamos tamén na PL analizada a tendencia a representar graficamente tan só aquilo que ten correspondente sonoro. Os exemplos encontrados afectan exclusivamente ao inglés, dado que é das tres linguas aquela en que máis diferenzas se documentan entre a modalidade gráfica e a oral, como ratifican os seguintes rótulos:



Figura 3. Reducións grafo-fonéticas

- Abreviaturas e Siglas: constitúen o principal recurso de redución vocabular de todos os tempos. Neste sentido, a PL en xeral xa manifestou en épocas pasadas a súa rendibilidade (cfr. Borràs Castanyer 2005:131), mais a proxección da escrita electrónica contribuíu para lles dar maior visibilidade na esfera pública, ao tempo que desenvolveu outras novas. Reparemos nos cartaces da Figura 4:



Figura 4. Abreviaturas e siglas

- Uso de símbolos e números con valor fonolóxico: ao igual que na linguaxe das SMS e da rede, na PL achamos múltiples mostras en que se utilizan os números e os símbolos matemáticos para representar certas secuencias fónicas. Noutras palabras, empréganse en base ao seu valor fonolóxico, como o signo +, que pode equivaler tanto en galego

como en español ao adverbio de cantidade e á conxunción adversativa, ou o número 2, que para alén de simbolizar o numeral tamén substitúe o grupo fónico 'dos' en español. É o caso dos seguintes textos:



Figura 5. Números e símbolos matemáticos con valor fonolóxico

- Omisión de espazos e uso de barra baixa: o primeiro conforma un recurso que xorde nas SMS pola necesidade de apurar ao máximo o espazo limitado deste medio; o segundo adoita aparecer nos enderezos de correo electrónico ou nos sobrenomes dos chats en rede que non permiten os espazos en branco. E aínda que non gozen dun grao de aparecemento elevado, contan con certa presenza na PL galega. Vexamos algunhas mostras:



Figura 6. Omisión de espazos e uso da barra baixa

- Simplificación da sintaxe: trátase dun fenómeno pouco habitual na PL que, normalmente, non contén textos demasiado longos e que, en todo o caso, precisan de ser comprensíbeis por todo o público. No entanto, existen certas casuísticas na PL que se aproximan do xénero da nota, onde tamén se prescinde de todos aqueles elementos que poden sobreentenderse polo contexto. É o caso do seguinte prego (véxase figura 7) en que se elide calquera sinal de puntuación, para alén de artigos, preposicións, conxuncións e mesmo o verbo principal:

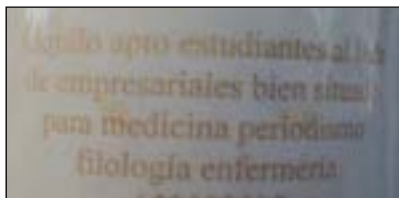


Figura 7. Simplificación da sintaxe

- Emotícones: eríxese como un recurso moi común na linguaxe da rede para substituír a información paralingüística que adoita acompañar a comunicación oral (linguaxe corporal, ton da voz) e que serve, non só para manifestar as emocións ou os sentimentos dos interlocutores, mais tamén como un mecanismo desambiguador. Aparecen, aínda que con menos frecuencia, na PL analizada: o logotipo da empresa Cashconverters, como se pode observar no seu rótulo frontal (véxase figura 8), remite claramente para estes pictogramas formados a partir de signos de puntuación e letras e pensados para seren visualizados, na maioría dos casos, de forma lateral de esquerda a dereita. Nesta ocasión, os ollos viraron 90 graos para seren interpretados de modo frontal, mentres a boca está a medio camiño e segue a lembrar a súa orientación orixinal. Tamén é habitual acharmos este tipo de representacións na PL que ten como soporte o propio mobiliario urbano e

que se traduce en forma de pintadas e nos anuncios de particulares, sobre todo aqueles que se dirixen aos grupos de idade máis novos; entre os exemplos do corpus documentamos os seguintes emotícones: xD, :) e >:-).



Figura 8. Uso de emotícones

- **Maiúsculas:** na ciberfala as minúsculas constitúen o elemento non marcado; deste modo, as maiúsculas adquiriron usos especializados e serven para indicar que se está a elevar a voz ou para marcar énfase nalgún elemento do discurso, de forma similar ás focalizacións da conversa oral. Na PL observamos mostras desta dupla tendencia: por unha banda, encontramos casos en que se prescinde das maiúsculas en posicións onde o estándar ortográfico as prescribe, como en *psicología&coaching*, *no+vello* e *esqulture*) e, por outra banda, verificamos mostras onde estas asumen novos usos, como se deduce do seguinte exemplo:



Figura 9. Novos usos das maiúsculas

- **Puntuación:** na liña do que acontece coas maiúsculas, na linguaxe dos chats e das SMS hai unha tendencia cara á elisión de sinais de puntuación como o punto ou a vírgula. Non obstante, outros como os de interrogación e os de exclamación incrementan o seu uso e, na maioría dos casos, aparecen reduplicados —ou inclusive invertidos—. Son moi frecuentes na PL e aparecen non só nos anuncios de particulares, mais tamén nos textos publicitarios de marcas moi coñecidas en que se utiliza o código estándar. Os cartaces do BBVA e d’El Corte Inglés corroboran as nosas afirmacións:



Figura 10. Novos usos da puntuación

- **Aspas:** tanto na PL como na escrita electrónica se utilizan para orientar a atención sobre unha determinada palabra ou mesmo un enunciado. Exercen unha funcionalidade simi-

lar á sinalada para as maiúsculas e, con frecuencia, aparecen combinadas nun mesmo elemento, como xa se verificou na figura 9.

- Estiramientos gráficos: eríxese como unha estratexia que redonda na repetición e consiste na reduplicación de caracteres. O máis habitual é que afecte a vogais, mais tamén se documenta para as consoantes. As seguintes mostras evidencian ambas as posibilidades:



Figura 11. Estiramentos gráficos

- Uso de @: o contexto dixital desenvolveu determinados símbolos da linguaxe electrónica. Xunto aos prefixos *e-* ou *ciber-*, a arroba converteuse nun dos máis representativos. Neste sentido, é moi habitual utilizarmos este signo para substituír a vogal “a”, como acontece en *S@fer World* ou en *Plat@cero* e, na mesma liña, tamén se converteu pola súa morfoloxía nunha estratexia inclusiva na marcaxe de xénero, na medida en que simboliza a fusión do “a” e do “o”. Vexamos algúns casos:



Figura 12. Uso de @

- Uso de grafías foráneas: na linguaxe da rede é moi habitual, tanto en galego como en español o uso de grafías foráneas como o “w”, o “k” ou o “y” en lugar de caracteres propios como o “gu”, o “qu” ou o “c” e o “i”, en moitos casos pola influencia do inglés e, no tocante ás SMS, polas características dos primeiros teclados dos teléfonos móbiles, onde as primeiras requirían un menor número de pulsacións. Porén, na actualidade constitúe unha práctica moi extendida. Na PL galega o uso de “K” é tamén moi frecuente, como xa se puido comprobar (véxanse figuras 2 e 5).
- Uso de dialectalismos: a natureza “oralizante” da ciberfala comporta habitualmente a representación escrita das cualidades fonéticas de dialectos rexionais ou sociais. Na nosa mostra de PL tan só achamos un exemplo deste fenómeno onde se representa o seseo, como se aprecia na seguinte imaxe:



Figura 13. Dialectalismos

- Introducción de estranxeirismos e alternancia de códigos: observamos que a presenza de empréstitos na PL límitase exclusivamente ao inglés, como tamén acontece na escrita electrónica noutros idiomas, onde adquiriu unha grande rendibilidade, grazas aos recursos de simplificación e de expresión que desenvolveu, como xa comprobamos cando reparamos nos exemplos de escrita fonética. Con todo, esta non é a única alternativa, dado que tamén é habitual acharmos rótulos en que esta lingua alterna co galego ou co castelán, como ilustra a figura 14.



Figura 14. Anglicismos e alternancia de código

- Implicacións léxicas: igual que nas conversas orais e nas interaccións electrónicas, as mostras de PL tamén manifestan un rexistro de lingua pouco formal. Así, para alén das innovacións de natureza gráfica, é moi frecuente documentarmos determinadas escollas léxicas máis propias da comunicación informal ou de determinadas xirias. Un exemplo significativo é o texto que utiliza Caixa Madrid para publicitar un depósito para a mocidade: “Pones 600 napos o más y en 3 mesecitos tienes más pasta”.

3.2.3. Motivacións e actitudes: entre a simplificación e a expresividade

A descrición dos fenómenos da escrita electrónica e, nomeadamente, os exemplos achegados até o de agora permiten verificarmos o éxito desta modalidade gráfica na PL galega, tanto naqueles espazos dedicados a anuncios ou autores particulares, caso da publicidade sobre alugueres ou das pintadas nas paredes, como naqueles outros pertencentes a pequenas empresas e mesmo a multinacionais, como acontece coas entidades bancarias, por exemplo. As motivacións que levan a uns e outros a utilizaren estas estratexias lingüísticas, máis propias de contextos privados, nos seus escritos en espazos públicos son múltiples, mais en todo o caso remiten para a transformación social producida no marco das TIC e máis concretamente no ámbito das comunicacións. A sociedade actual non se rexe polos mesmos parámetros que hai unhas décadas: a quebra das limitacións de espazo e tempo e as novas funcionalidades da tecnoloxía modificaron o noso modo de vida e desenvolveron novas pautas. Entre elas destaca a necesidade do instantáneo que reflicte a velocidade con que se vive e que exige solucións ou respostas igual de rápidas.

Neste sentido, o uso das estratexias de redución da escrita electrónica na PL responde a unha dupla finalidade: por unha parte, reflicte a dita tendencia á brevidade e á inmediatez e, por outra banda, permite paliar, especialmente no referente aos textos comerciais, as limitacións apuntadas en 1.2 a respecto da linguaxe publicitaria. Así, no caso de *APTC* e de *pk2*, por exemplo, a redución de caracteres —3 e 4 respectivamente— presentará as seguintes vantaxes: i) económica, na medida en que os rótulos poderán ser de menor tamaño e, por tanto, menos custosos; ii) lingüística, pois no mesmo espazo poderemos incluír un maior número de unidades lexicais;

e iii) visual, na medida en que a simplificación de caracteres contribúe para aumentar o tamaño daqueles que permanecen. Neste punto son especialmente produtivas as abreviaturas e o uso de símbolos e números con valor fonolóxico, xa que son as que permiten aos autores reducir un maior número de elementos gráficos. A figura 15 dá conta desta situación:



Figura 15. Estratexias de simplificación na PL

Con todo, as limitacións espaciais non constitúen a única motivación que xustifica o aparecemento destes códigos na PL e inclusive atrevémonos a apuntar que tampouco parece a máis relevante. Ao noso xuízo, a maior parte dos usos achados no corpus non obedece a unha motivación de aforro de recursos, senón que ten máis que ver co desexo de desmarcarse da competencia e de consolidar, a través da grafía, un sinal de identidade que identifique a súa marca e a singularice dentro do sector en que se enmarca. A este respecto, son xa moitos os investigadores que coinciden en sinalar a PL como un espazo altamente competitivo onde os autores loitan por que as súas mensaxes destaquen sobre as do resto: por exemplo Ben-Rafael (2009:44), que fai referencia a un “intense urban ‘forest’ de unidades. Neste contexto, a introdución da ciberfala, ao se tratar dun código que aínda representa un uso marcado na PL e que o público segue a asociar con outros ámbitos e outros medios, configúrase como unha oportunidade extraordinaria para captar a atención das persoas que transitan por este espazo. Outrosí, o uso dunha modalidade lingüística marcada tamén engade un grao de expresividade ao rótulo en que se insire que non se conseguiría co emprego de códigos máis tradicionais ou normativos. Así pois, o emprego da linguaxe da rede engade á mensaxe valores positivos que repercuten na súa proxección social e na súa comercialización: é un elemento novidoso, atractivo, transgresor e suxestivo.

No caso da reduplicación de signos de puntuación a motivación expresiva é innegábel, posto que engade caracteres a respecto das escritas máis tradicionais ou estándares, o que fai imposíbel que a xustificación obedezca a criterios de redución. Por tanto, se o autor reduplica estes caracteres no seu texto, debe facelo procurando a través deles expresar algún matiz que considera que non acadaría cun uso máis normativo. Do noso punto de vista, esta motivación é especialmente visíbel cando é utilizada nos anuncios en busca de compañeiro/a de piso (véxase figura 16), onde aparece claramente ligada á expresión dunha actitude afectiva, coherente, por outro lado, co fondo da mensaxe. Trátase de anunciar a posibilidade de iniciar un período de convivencia cunha persoa previamente descoñecida; neste sentido, quen anuncia desexa presentarse como unha opción desexábel nunha cidade como Compostela, con moita oferta deste tipo de aloxamento. En consecuencia, a duplicación dos puntos de exclamación axuda a establecer un ton informal, desenfadado e afábel, e oraliza o texto escrito, o que crea unha relación máis próxima coa persoa que o le, afastándoo ao mesmo tempo da tradicional asociación da escrita cos usos máis formais e menos próximos. A partir do texto o lector sacará, previsiblemente, conclusións sobre como pode ser a persoa anunciante e a experiencia de convivir con ela. Este efecto amplifícase cando se consideran outras características do mesmo texto, como

só do punto de vista lingüístico, mais tamén desde unha perspectiva comercial. Noutras palabras, adáptanse á natureza veloz e minimalista que impera na actualidade e ao mesmo tempo a violación do código normativo outórgalles tamén unha compoñente lúdica e subversiva moi atractiva se o noso obxectivo é suscitar o interese de quen le. Eis máis un caso:



Figura 17. Mostra da converxencia entre simplificación e expresividade

E no relativo ao uso de recursos que conxugan a orientación expresiva e de redución, convén salientarmos o uso de grafías foráneas. En 3.2.2 indicamos para o “k”, o “w” e o “y” unha motivación sintética, pois permite simplificar o número de caracteres, e tamén oralizante, na medida en que tenden cara a escrita fonética. Non obstante, ao tempo que estas xustificacións son, do noso punto de vista, válidas, tamén xulgamos que existe unha outra motivación paralela que cómpre considerarmos. Así, a inclusión destas grafías pode interpretarse igualmente como o produto dunha incorrección deliberada e, xa que logo, como un recurso enfático e creativo. En todos os casos percíbese unha actitude transgresora e un desapego voluntario aos formalismos propios do rexistro escrito e da ortografía normativa. Nesta liña, viran relevantes as palabras de Yus (2001:144-145) a respecto da letra “k” que, xunto á figura 18, evidencian esta tendencia:

Sabemos que puntualmente se usa la “k” en lugar de las grafías convencionales “c” y “qu” para subrayar el peso de una palabra o un concepto. En nuestro contexto cultural, la “k” es usada en determinadas posturas ideológicas contestatarias, críticas y más o menos violentas —física y/o simbólicamente— sean del tipo que sean. Colectivos antimilitaristas —como los *mili-kk*—, opositores a alguna dimensión de lo socialmente establecido, o los *graffitis* que aparecen en lugares públicos utilizan con frecuencia la grafía “k” de un modo desafiante y, podríamos decir, rebelde.

A este respecto, Álvarez Martínez (2008:264) subliña igualmente que o uso de “k” pode ser entendido na liña reactiva e desafiante que tamén se detecta na abundancia de conversas de tipo escatolóxico e no frecuente uso de palabrons nestes medios de interacción, o que tamén pode ser aplicado para estes casos de PL, como verifica a seguinte imaxe.

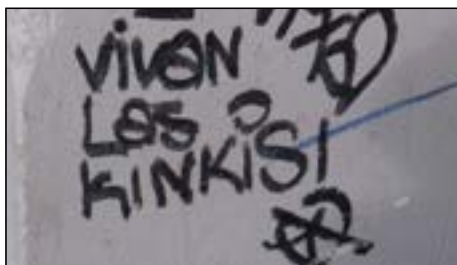


Figura 18. Uso de “k” asociado á transgresión

Moitas das estratexias que tenden cara a unha escrita fonética ou oralizante encóntranse tamén nesta disxuntiva, pois en numerosas ocasións serven a un tempo para reproducir a expresividade da fala e para reducir a grandilocuencia da escrita. Por exemplo, as elisións vocálicas por contacto vocálico ou a escrita grafo-fonética camiñan nesta dirección. Como xa apuntamos, a PL adopta estas estratexias na medida en que lle permiten establecer unha maior complicidade

aínda que tradicionalmente fose considerado só como unha compoñente básica dos códigos artísticos e literarios. Cfr. Mironesko Bielova / Hita Jiménez (2004).

coas persoas destinatarias da mensaxe e evitar, neste sentido, a formalidade da escrita tradicional. Nesta liña, é tamén significativa a representación gráfica dalgúns fenómenos que se producen na oralidade, como as aféreses, as apócopes ou determinadas variantes dialectais. Eis unha mostra:



Figura 19. Oralización do texto con vontade sintética e enfática

Nunha liña similar podemos situar nalgúns casos os emotícones, na medida en que constitúen un dos elementos expresivos por excelencia, mais que ao mesmo tempo contribúen para simplificar a mensaxe. A súa presenza reforza ou atenúa os actos de fala —neste caso de escrita— e, en consecuencia, evita redixirmos longas paráfrases para evitar enunciados ambiguos. Neste punto, cómpre destacarmos a figura 20, onde a natureza agresiva e ameazadora da mensaxe é mitigada en certo modo a través do emotícone, que revela certa connivencia.



Figura 20. O emotícone como mitigador nun graffiti

No caso da PL máis comercial, relativa a establecementos ou á venda de determinados produtos, observamos unha outra tendencia: os recursos expresivos da ciberfala tenden a aparecer en textos relacionados con sectores como a moda e a beleza ou con aqueles que teñen como público-albo un perfil infantil ou mozo, onde estas estratexias achegan valores como actualidade, innovación e xuventude.



Figura 21. Uso das formas propias da ciberfala no sector da moda

O uso da arroba ten que ser entendido tamén desde esta perspectiva, nomeadamente nos casos en que aparece como marca inclusiva de xénero: en *plat@cero*, por exemplo, a súa presenza aforra caracteres e ao tempo impacta visualmente e asocia a mensaxe cun símbolo prototípico da modernidade; con todo, resultan significativos exemplos como *@s piruch@s*, onde para alén do aforro no número de grafías, prima a compoñente expresiva. Con estas prácticas, os anunciantes empatizan nos seus rótulos co sector feminino da poboación —en moitos casos invisibilizado— e, neste sentido, a carga simbólica adquire unha grande relevancia.

Para mellor entender todos estes fenómenos, xulgamos que vira de grande utilidade o esquema de tres regras proposto por Spolsky e Cooper (1991) para explicar as escollas lingüísticas na PL. Trátase dun modelo deseñado para se aplicar ás eleccións de idioma, mais tamén é perfectamente válido para comprendermos a función da ciberfala, se consideramos esta como unha escolla máis na PL. As dúas primeiras regras que propoñen estes autores teñen que ver coa competencia comunicativa de emisor e receptor, isto é, escribir nunha lingua que o anunciante coñeza e que, ao mesmo tempo, entenda o seu público potencial. Aplicadas ao caso da ciberfala, estes parámetros lévannos a tres posibles consideracións: primeiramente, os autores que empregaren a ciberfala teñen o convencemento de que van ser entendidos, xa que utilizar un código que dificulta a comunicación non tería sentido desde o punto de vista da mercadotecnia⁹. Esta lóxica implicaría igualmente que as formas propias da ciberfala estarían tan estendidas e o público tan familiarizado con elas que representaría un código eficaz para este tipo de comunicación. A segunda posible implicación é que, aínda existindo a probabilidade de non ser entendido por algún grupo de persoas non afeitas á lectura destes códigos, o autor non considera ese colectivo como un sector relevante ou como o seu público-albo. Isto explicaría perfectamente a concentración no noso corpus destas formas en anuncios dirixidos a un público novo. A terceira interpretación é que o autor priorice outras consideracións sobre a transmisión de contidos.

Neste punto tamén cómpre referirmonos á terceira regra proposta polos anteditos autores, que se centra na filiación idiomática, ao contrario que as dúas primeiras que conceden maior importancia á competencia lingüística; así, recoméndase escribir na lingua con que o emisor quere ser identificado. Esta regra remete para a posibilidade de os autores consideraren que o uso destes códigos confire ao seu produto algunha asociación atractiva desde unha óptica comercial ou de mercado. Trataríase, pois, dun uso connotativo semellante ao que describe Kelly-Holmes para a aparición nos textos publicitarios das linguas estranxeiras; para esta autora, en moitas ocasións “it is unimportant whether the advertisee understands the words” mentres o propio código empregado evoque as connotacións que se perseguen. Son estas circunstancias as que explicarían a escolla, por exemplo, do alemán para anunciar un automóbil (connotación de excelencia técnica e fiabilidade) ou o xaponés no rótulo dun balneario. Outro caso representativo é o pseudoinglés (categoría establecida por Wellings (no prelo) na PL de Compostela para describir o emprego de morfemas asociados con este idioma, como a terminación *-ing* ou o chamado xenitivo saxón, en textos que non chegan a ser escritos nesta lingua), que procura connotar o mesmo que o inglés, mais mantendo a intelixibilidade ou que, pola contra, é utilizado dun xeito máis ben humorístico ou irónico.

Tamén é interesante aplicar ás manifestacións escritas da PL a teoría da presentación da persoa do sociólogo Erving Goffman, segundo a cal cando nos mostramos perante outras persoas intentamos transmitir, sexa ou non de xeito consciente, unha determinada impresión. Aínda que Goffman presenta a súa teoría como explicativa da interacción face a face desde a perspectiva da actuación teatral e recoñece que este modelo amosa algunhas insuficiencias analóxicas, consideramos que certos aspectos da súa teoría poden ser de frutífera aplicación á PL: o acto comunicativo no marco da PL pódese considerar tamén un elemento dunha actuación en que o individuo se presenta perante outros e onde ten, ademais, motivos claros para querer xestionar a impresión que eles recibirán nesa situación. Esta xestión pode levarse de maneira máis ou menos cínica ou franca, xa que o que se presenta perante o outro é, sempre en termos goff-

⁹ A intercomprensión é tamén unha das regras que rexen este modalidade lingüística; sobre este particular, Crystal (2008:17) subliña que “although many young texters like to be different, and enjoy breaking the rules, they also know they need to be understood. There is no point in paying for a message if it breaks so many rules of a language that it ceases to be intelligible”.

manianos, un *front* (fachada). Neste contexto, a rotulación dun comercio pode ser considerada como parte da fachada persoal ou do *setting* (medio) goffmanianos, un elemento a través do cal se envía e emana información de todo o tipo. Goffman tamén suxire que certas clases de fachadas tenden a se converter en representación colectiva ou a se institucionalizaren en función das expectativas estereotipadas abstractas. El refírese ao gardapós branco dun empregado de perfumería “que [da] a entender al cliente que las delicadas tareas realizadas por estas personas serán efectuadas de un modo [...] estandarizado, clínico, confidencial” (1971: 40).

Algo similar ocorre na PL nas fachadas das clínicas dentais, por exemplo, onde se combina toda unha serie de elementos coa intención de xestionar a impresión recibida, entre eles a mensaxe dos textos e a elección de código e das formas lingüísticas. Nesta liña, entendemos, en consonancia con Goffman, a PL como un grande escenario onde os códigos escollidos para manifestarnos —entre eles a ciberfala (sexa en español, galego ou inglés)—, formarían unha parte importante desa estratexia para xestionar a nosa imaxe perante o público. Non obstante, nas mostras que forman o corpus manexado consideramos que se mesturan as dúas funcións: a connotativa e a informativa. En ningún caso xulgamos que o uso da ciberfala dificulte a comprensión da mensaxe, mais ao contrario, introduce matices atractivos para o anunciante. En definitiva, do mesmo xeito que constatamos un relativo equilibrio entre as figuras de expresión e de simplificación nestes códigos para redixir mensaxes novidosas, orixinais e, ao mesmo tempo, sintéticas, verificamos tamén que a súa aparición na PL conxuga a función informativa coa simbólica, na medida en que lles permite aos autores crearen textos suxerentes —máis competitivos— que atraen un maior número de público.

4. CONCLUSIÓN

Nas páxinas precedentes tivemos a oportunidade de comprobar a importancia das novas disciplinas que xurdiron no seo da Lingüística para o estudo da lingua galega. Por unha banda, a paisaxe lingüística que, debido á situación de contacto lingüístico da Galiza, constitúe unha nova perspectiva de grande utilidade para calquera aproximación de natureza sociolingüística, xa que revela o grao de visibilidade das linguas nun determinado territorio. Por outra banda, a Lingüística de Internet que, ao examinar as prácticas lingüísticas do soporte electrónico, permite verificarmos o nivel de presenza do galego neste contexto e, por tanto, reflectirmos sobre a súa vitalidade. O espazo público no primeiro caso e o dixital no segundo conforman dúas esferas moi significativas na análise dos usos escritos do galego e, neste sentido, achamos necesario conxugarmos ambas as disciplinas para ofrecermos unha visión máis completa deste fenómeno. Así, os resultados da presente investigación revelan diversos patróns: en primeiro lugar, constatamos unha presenza significativa dos novos códigos lingüísticos da rede na PL galega, a pesar de que a súa incidencia é aínda baixa se comparada co uso da variedade normativa. Neste sentido, pareceunos relevante que no ámbito da PL o uso deste código vaia asociado con certos valores positivos —modernidade, expresividade, impacto visual, orixinalidade etc.—, á diferenza do que acontece coa propia avaliación do código, entendido na maioría dos casos como unha dexeneración lingüística. A proxección da ciberfala a ámbitos como o publicitario contribúe, nestes medios, para dotar de normalidade esta modalidade gráfica e, ao mesmo tempo, para desmontar as percepcións erróneas que sobre ela existen. Como se puido observar nas mostras analizadas, as estratexias de simplificación e os usos expresivos converxen na PL na medida en que lle ofrecen aos autores a oportunidade de aforrar custos e, por súa vez, mostrar unha imaxe novidosa, transgresora e orixinal que, con certeza, despertará o interese do público para quen vai dirixido, converténdose nunha ferramenta de mercadotecnia moi efectiva.

Porén, desde unha perspectiva sociolingüística, esta análise evidencia igualmente a situación desigual con que as tres linguas analizadas —galego, español e inglés— aparecen representadas na mostra. Así, determinamos que é o español a lingua que tira maior rendibilidade destes códigos e, por tanto, aquela que se percibe como maioritaria na PL galega, na liña do que xa indicaban as investigacións sobre a variedade estándar. A invisibilidade do galego nestas prácticas é igualmente patente, xa que a súa loita semella estar máis próxima co inglés con quen

disputa a segunda posición —na que se mantén polo momento— do que co español, que se sitúa claramente no primeiro posto. Neste sentido, o noso traballo confirma, por unha parte, a situación de subordinación da lingua galega a respecto do español nos usos escritos no espazo público e, por outra parte, demostra o grande potencial dos novos códigos lingüísticos da rede. Por esta razón, xulgamos relevante a presenza —aínda que minoritaria— do galego neste ámbito, dado que conforma máis un signo de vitalidade lingüística. En consecuencia, vinculámos a lingua galega coas tecnoloxías, coas novas tendencias gráficas e coas faixas etarias máis novas —prototipo de público-albo e futuro da lingua— favorecerá o proceso de normalización lingüística, dado que a súa presenza nestes ámbitos contribúe para a súa promoción e dinamización e axuda a consolidarmos a nosa autoestima lingüística.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez Martínez, Sara (2008): *Interacciones sincrónicas escritas en línea y aprendizaje del español: caracterización, perspectivas y limitaciones*. Universidad de Lleida. Tese de doutoramento.
- Backhaus, Peter (2006): "Multilingualism in Tokyo: A look into the linguistic landscape", en Durk Gorter (ed.), *Linguistic landscape. A new approach to multilingualism*. Clevedon / Buffalo / Toronto: Multilingual Matters, 52-66. <http://dx.doi.org/10.1080/14790710608668385>.
- Backhaus, Peter (2007): *Linguistic landscapes: A comparative study of urban multilingualism in Tokyo*. Clevedon / Buffalo / Toronto: Multilingual Matters. <http://dx.doi.org/10.1093/wsr/wsp006>.
- Baron, Naomi (2008): *Always on. Language in an Online and Mobile World*. Oxford: University Press.
- Belda Medina, José Ramón (2003): El lenguaje de la informática e Internet y su traducción. Alicante: Universidad de Alicante.
- Benedito, José (2003): Dicionário da Internet e do Telemóvel. Lisboa: Centro Atlántico.
- Ben-Rafael, Eliezer (2009): "A sociological approach to the study of Linguistic Landscapes", en Elana Shohamy e Dick Gorter (eds.), *Linguistic Landscape. Expanding the Scenery*. New York: Routledge, 40-54.
- Ben-Rafael, Eliezer et al. (2006): "Linguistic landscape as symbolic construction of the public space: The case of Israel", en Durk Gorter (ed.), *Linguistic landscape. A new approach to multilingualism*. Clevedon / Buffalo / Toronto: Multilingual Matters, 7-30. <http://dx.doi.org/10.1080/14790710608668383>.
- Blackwood, Robert J. (2011): "The linguistic landscape of Brittany and Corsica: a comparative study of the presence of France's regional languages in the public space", *French Language Studies* 21, 111-130. <http://dx.doi.org/10.1017/s0959269510000281>.
- Borràs Castanyer, Laura (ed.) (2005): *Textualidades electrónicas. Nuevos escenarios para la literatura*. Barcelona: UOC.
- Bruyèl-Olmedo, Antonio / Maria Juan-Garau (2009): "English as a lingua franca in the linguistic landscape of the multilingual resort of S'Arenal in Mallorca", *International Journal of Multilingualism* 6:4, 386-411. <http://dx.doi.org/10.1080/14790710903125010>.
- Castillo Lluch, Mónica / Daniel Martínez Sáez (2011): "Introducción al paisaje lingüístico de Madrid", *Lengua y migración* 3:1, 73-88.
- Cenoz, Jasone / Durk Gorter (2006): "Linguistic Landscape and minority languages", en Gorter (ed.), *Linguistic landscape. A new approach to multilingualism*. Clevedon / Buffalo / Toronto: Multilingual Matters, 67-80. <http://dx.doi.org/10.1080/14790710608668386>.
- Chiappe, Doménico (2008): "SMS, 1 9o lgl (mensajes de texto, un nuevo lenguaje)", *Revista Letras Libres* 86. http://domenicochiappe.com/pg_d_3f.html.
- Cortés Conde, Florencia (2010): "El lenguaje en Internet. La búsqueda de la lengua perfecta y el miedo a los nuevos medios". <http://www.diegolevis.com.ar/secciones/Articulos/cortesconde.pdf>.
- Coulmas, Florian (2009): "Linguistic landscaping and the seed of the public sphere", en Elana Shohamy and Durk Gorter (eds.), *Linguistic landscape. Expanding the scenery*. London: Routledge, 13-24.
- Coupland, Nicholas (2012): "Bilingualism on display: The framing of Welsh and English in Welsh public spaces", *Language in Society* 41, 1-27. <http://dx.doi.org/10.1017/s0047404511000893>.
- Crystal, David (2006): *Language and the Internet*. Cambridge; New York: Cambridge University Press. <http://dx.doi.org/10.1017/cbo9780511487002>.

- Crystal, David (2008): *Txtng: The Gr8 Db8*. Oxford: Oxford University Press.
- Crystal, David (2011): *Internet Linguistics: a student guide*. Abingdon; Oxon; New York: Routledge.
- Dunlevy, Deirdre Adrienne (2009): *A sign of the times: language contact in the Galician linguistic landscape*. Trinity College Dublin. Traballo de Fin de Máster.
- Dunlevy, Deirdre Adrienne (2012): "Linguistic policy and linguistic choice: a study of the Galician linguistic landscape", en Chirtine Hélot / Monica Barni / Rudi Janssens / Carla Bagna (eds.), *Linguistic landscapes, multilingualism and social change*. Frankfurt am Main: Peter Lang, 53-68.
- Fiormonte, Domenico (2003): *Scrittura e filologia nell'era digitale*. Milano: Bollati Boringhieri Editore.
- Franco Rodríguez, José Manuel (2013): "An alternative reading of the linguistic landscape: the case of Almería", *Revista Internacional de Lingüística Iberoamericana* 21, 109-134.
- Gasull i Roig, Bernat / Gemma Ponsa i Vilamajor (2003): *La llengua en la publicitat al carrer de Barcelona a través dels opís*. Barcelona: Plataforma per la Llegua.
- Goffman, Erving (1963): *Behavior in public places: notes on the social organization of gatherings*. Nova York: Free Press.
- Goffman, Erving (1971): *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Gorter, Durk (ed.) (2006): *Linguistic landscape. A new approach to multilingualism*. Clevedon / Buffalo / Toronto: Multilingual Matters.
- Huebner, Thom (2006): "Bangkok's Linguistic landscapes: Environmental print, codemixing and language change", en Durk Gorter (ed.), *Linguistic landscape. A new approach to multilingualism*. Clevedon / Buffalo / Toronto: Multilingual Matters, 31-51. <http://dx.doi.org/10.1080/14790710608668384>.
- Iglesias Alvarez, Ana (2003): *Falar galego: "no veo por qué": aproximación cualitativa á situación sociolingüística de Galicia*. Vigo: Xerais de Galicia.
- Kwang-Kyu, Ko (1996): "Structural characteristics of computer-mediated language: a comparative analysis of Interchange Discourse", *The Electronic Journal of Communication*, 6. <http://www.cios.org/EJCPUBLIC/006/3/006315.HTML>.
- Landry, Rodrigue / Richard Bourhis (1997): "Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: an empirical study", *Journal of Language and Social Psychology* 16, 23-49. <http://dx.doi.org/10.1177/0261927x970161002>.
- Leeman, Jennifer / Grabrilla Modan (2009): "Commodified language in Chinatown: a contextualized approach to linguistic landscape", *Journal of Sociolinguistics* 13, 3, 332-362. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-9841.2009.00409.x>.
- Leprêtre Alemany, Marc / Joan M. Romani Olivé (2000): "L'ús de les llengües a la publicitat exterior a Barcelona i a sis altres ciutats l'any 1999", *Llengua i ús: revista tècnica de política lingüística* 17, 55-59.
- Ling, Rich (2005): "The socio-linguistics of SMS: An analysis of SMS use by a random sample of Norwegians", en Rich Ling / Per. E. Pedersen (eds.), *Mobile Communications: Renegotiation of the social sphere*. London: Springer, 335-349.
- López Docampo, Miguel (2011a): *A paisaxe lingüística de Pontevedra: unha análise do espazo público*. Universidade de Vigo. Traballo de Fin de Máster.
- López Docampo, Miguel (2011b): "A Paisaxe Lingüística: unha análise dun espazo público galego", *Cadernos de Lingua* 33, 5-35.
- Lorenzo, Anxo (2005): "Planificación lingüística de baixa intensidade: o caso galego", *Cadernos de Lingua* 27, 37-59.
- Mironesko Bielova, Elena / José Antonio Hita Jiménez (2004): *Introducción a la estilística rusa. Estilo coloquial*. Barcelona: PPU.
- Mosquera Castro, Estefanía (2012): "Novos retos da Lingüística: as textualidades electrónicas. Consideracións sobre a escrita dos chats e das SMS", *LLJournal* 7. <http://ojs.gc.cuny.edu/index.php/lljournal/article/view/1147/1250>.
- Mosquera Castro, Estefanía (2013): *Didáctica da lingua e novos soportes comunicativos: a linguaxe SMS*. A Coruña: AS-PG.
- MSG 2004 = Real Academia Galega – Seminario de Sociolingüística (2008): *Mapa sociolingüístico de Galicia 2004*. Vol. II: *Usos lingüísticos en Galicia*. A Coruña: Real Academia Galega.
- Muela Molina, Clara (2008): "La representación de la realidad en la cuña publicitaria", *Comunicación y Sociedad* 21, 115-139.
- Papen, Uta (2012): "Commercial discourses, gentrification and citizens' protest: the linguistic landscape of Prenzlauer Berg, Berlin", *Journal of Sociolinguistics* 16, 1, 56-80. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-9841.2011.00518.x>.
- Pérez Guerra, Javier (1998): *Introducción a la Lingüística de Corpus. Un ejercicio con herramientas informáticas aplicadas al análisis textual*. Santiago de Compostela: Tórculo Edicións.

- Pietikäinen Sari / Pia Lane / Hanni Salo / Sirkka Laihia-Kankainen (2011): "Frozen actions in the Arctic linguistic landscape: A nexus analysis of language processes in visual space", *International Journal of Multilingualism* 8, 4, 277-298. <http://dx.doi.org/10.1080/14790718.2011.555553>.
- Ramallo, Fernando e Gabriel Rei Doval (1997): *Vender en galego. Comunicación, empresa e lingua en Galicia*. Santiago de Compostela: Consello da Cultura Galega.
- Regueira Fernández, Xosé Luís / Miguel López DoCampo / Matthew Wellings (2013): "El paisaje lingüístico en Galicia", *Revista Internacional de Lingüística Iberoamericana* 21, 39-62.
- Solé, Joan (1998): *La llengua de publicitat exterior a Barcelona l'any 1997*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, Direcció General de Política Lingüística.
- Spolsky, Bernard (2009): "Prolegomena to a sociolinguistic theory of public signage", en Elana Shohamy e Durk Gorter (eds.), *Linguistic Landscape. Expanding the Scenery*. London: Routledge, 25-39.
- Spolsky, Bernard / Robert Cooper (1991): *The languages of Jerusalem*. Oxford: Clarendon Press.
- Teixeira, José (2008): "Língua Portuguesa e as Novas Tecnologias de Comunicação: as dinâmicas da(s) escrita(s)", *Diacrítica Série Ciências da Linguagem* 22, 107-127.
- Terceiro, José (1996): *Sociedad digital. Del homo sapiens al homo digitalis*. Madrid: Alianza Editorial.
- Thurlow, Crispin (2006): "From Statistical Panic to Moral Panic: The Metadiscursive Construction and Popular Exaggeration of New media Language in the Print Media", *Journal of Computer-Mediated Communication* 11. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.00031.x>.
- Wellings, Matthew (2012): *A paisaxe lingüística en Santiago de Compostela*. Universidade de Vigo. Traballo de Fin de Máster.
- Wellings, Matthew [2013]: "Un estudo da Paisaxe Lingüística en Santiago de Compostela", *CADERNOS de Lingua* 35 (no prelo).
- Xue, Zhenzhen / Dawei Yin / Bryan Davison (2011): "Normalizing Microtext", *Proceedings of The AAAI-11 Workshop on Analyzing Microtext*, 74-79.
- Yanguas, Íñigo (2009): "The linguistic landscape of two hispanic neighborhoods in Washington D.C.", *Revista Electrónica de Lingüística Aplicada* 8, 30-44.
- Yus, Francisco (2001): *Ciberpragmática*. Barcelona: Ariel.
- Yus, Francisco (2010): *Ciberpragmática 2.0: nuevos usos del lenguaje en Internet*. Barcelona: Ariel.

