



A propósito de los *nicks* en el chat

Pedro Tejada Tello

I.E.S. Vicent Castell i Domènech (Castellón)
ptej2000@yahoo.es

0. Marco teórico-metodológico

Puesto que los *nicks* forman parte indispensable de una peculiar forma de comunicación, nuestro estudio adopta como marco teórico la perspectiva pragmática, que considera siempre los hechos lingüísticos sin separarlos del contexto en que surgen y donde deben ser interpretados. Por ello, en nuestro análisis hemos considerado los *nicks* en el contexto en el que surgen y para el que surgen: en un marco singular, que Crystal (2002: 62) ha llamado “un genuino ‘tercer medio’”, “suma de habla + escritura + otras propiedades que ofrece el medio electrónico” y cuyas producciones muchos estudiosos, como Yus (2001), consideran textos escritos oralizados, que incorporan vías compensatorias de la ausencia de canal auditivo-vocal. Este marco electrónico diferente del marco real nos permitirá además distinguir el *nick* del apodo tradicional.

Por otra parte, el desarrollo de la pragmática en las últimas tres décadas ha fructificado en diferentes perspectivas y teorías que nos han resultado útiles para los objetivos de nuestro trabajo. Así, el principio de cooperación de Grice (1975), la teoría de la relevancia de Sperber y Wilson (1986), y los estudios de cortesía lingüística -Leech (1983), Brown y Levinson (1987), Haverkate (1994)-, entre otros aspectos, nos permiten caracterizar los *nicks*, y por extensión el chat, así como ampliar los criterios de clasificación de los *nicks*, hasta ahora muy estrechos (aunque esta clasificación no la trataremos en este artículo).

En lo que respecta a nuestro corpus, indicaremos que está formado por 1000 *nicks*, recogidos en dos portales españoles de Internet, *ya.com* y *terra.es*, en sus respectivos canales de chat “#amigos más de 40” (en este tipo de canales es mayor el número de usuarios y también mayor la variedad de *nicks* que en otros canales temáticos). Los datos se recogieron entre febrero y julio de este año, en días no consecutivos, normalmente entre las 10 y las 12 de la noche (en el canal de *terra* suele haber a esas horas una media de 2500 usuarios conectados). Hicimos la selección de *nicks* al azar, aunque un buen número de ellos corresponden a usuarios que solían repetir los *nicks* durante varias sesiones.

1. Los apodos tradicionales

Resulta inconcebible una sociedad en la que los seres humanos estuvieran desprovistos de nombres. “Nadie, ya sea de baja o elevada condición esté sin nombre una vez que ha venido al mundo”, podemos leer en la *Odisea*. [1] En el siglo II a.C. el gramático Dionisio el Tracio hablaba ya del nombre propio como “aquel que significa un ser individual, tal como ‘Homero’, ‘Sócrates’.”[2] Esta definición, recogida posteriormente por otros autores, no tomaba en cuenta que muchas personas, diversas y distantes y no emparentadas entre sí, podían tener el mismo nombre (Ulmann, 1980: 83). Por ese motivo junto a los nombres surgieron los *apellidos*. La función del apellido es la de servir de complemento al nombre de pila para evitar confusiones. Seguramente, uno de los recursos más antiguos en este sentido fue

añadir al nombre de nacimiento algún apodo o mote. APODO (de *apodar*) lo define el D.R.A.E. como “nombre que suele darse a una persona, tomado de sus defectos corporales o de alguna otra circunstancia.” Y *mote* (procedente del prov. o fr. *mot*, “palabra”, “dicho”) como “sobrenombre que se da a una persona por una cualidad o condición suya.” *Alias* (del latín *alias*) es “apodo o sobrenombre”. Hoy, sobre todo en las zonas rurales, aún está muy arraigado el hábito de designar a una persona por su apodo. Apodo que, además, suele ser hereditario. Como indican Faure *et al.* (2005: XVII) “esta costumbre nos ayuda a entender cómo se hicieron hereditarios los segundos nombres o apellidos.” La fijación de los apellidos comienza con la difusión del uso de la documentación legal y notarial a partir de la Edad Media. [3] En un principio el apellido fue privilegio de las clases altas, pero a partir de los siglos XIII y XIV se hará extensivo a todas las clases (debido en gran medida al empobrecimiento de la onomástica) y se convertirá en hereditario. Sin embargo, en las zonas rurales y entre las capas más humildes de la sociedad este uso no se verá consolidado hasta el siglo XIX, cuando la burocracia estatal empieza a hacer obligatorias las leyes onomásticas. Los apellidos actuales en España derivan de diferentes sobrenombres que, como hemos indicado, el uso convirtió en hereditarios. Dejando a un lado el grupo importante de los patronímicos (Hernández, Ramírez, Pérez...), nos centraremos, por el interés primordial del presente trabajo, en los apellidos procedentes de apodos. Siguiendo a Faure *et al.* (2005: XXVII-XXIX) los apodos pueden clasificarse en las siguientes categorías, según sus motivaciones o referentes:

- a) Características físicas: *Bajo, Grande, Rubio, Calvo...*
- b) Características morales: *Alegre, Bueno, Mohíno, Triste...*
- c) Referentes a animales: *Borrego, Conejo, Carnero...*
- d) Referentes a plantas: *Oliva, Trigo, Cebada...*
- e) Lazos de parentesco, edad o estado civil: *Casado, Joven, Mellizo, Nieto, Sobrino...*
- f) Referentes a anécdotas o circunstancias relacionadas con la vida del individuo: *Botella, Capote, Tocino, Porras, Cuerda...*

Por otra parte, junto a este devenir histórico de apodos que han llegado a convertirse en apellidos, y que, por tanto, pertenecen a una perspectiva diacrónica, tenemos que referirnos a los apodos que hoy en día se encuentran en plena vigencia, uso y expansión. Se suele decir que en la actualidad el uso y la costumbre de apodar o mantener los apodos se ha circunscrito a ámbitos rurales. Se citan los casos de pueblos que han optado por la publicación de sus apodos en el listín telefónico, en lugar de sus apellidos, para facilitar la localización de sus habitantes.[4] En Internet existen páginas web en las que se relacionan los motes de los vecinos de tal o cual pueblo, en un intento de preservarlos del olvido. [5] Sin embargo, no es cierto que la costumbre de apodar esté desapareciendo, ni de que sea un hábito exclusivamente rural, pues la encontramos actualmente en muy diferentes ámbitos y estratos sociales: en el académico (apodos de los alumnos a los profesores o a sus propios compañeros), en el militar (frecuentemente en el ejército los soldados son designados, como en la antigüedad, por su oficio, lugar de procedencia, rasgos físicos...), en el deportivo (conocida es la costumbre sudamericana de apodar a los futbolistas -“El Pelusa” [Maradona], “El Piojo López”-), en el cultural (cantantes flamencos como “Camarón de la Isla” o cantantes de *hip-hop* como “Eminem”) y en el mundo de la marginalidad y la delincuencia (“El Vaquilla”). En muchos de estos ámbitos se produce como señala Yus (2001: 75), siguiendo a Klerk y Bosh (1992: 2) “una manipulación de las convenciones sociales a la hora de nombrar a las personas.” De

ahí que sea muy habitual entre adolescentes, para quienes “el apodo es un símbolo de adscripción grupal, proporciona una sensación de familiaridad, de pertenencia.” (Yus, 2001: 75).

2. Los apodos y los *nicks*

Y esta costumbre del apodo se ha convertido en un requisito indispensable en la actualidad para interactuar en alguno de los géneros de Internet. Es necesario poseer un apodo, un alias o un *nick* (del inglés *nickname* “apodo”) para poder intervenir en una sesión de *chat*.^[6] Sin embargo, las diferencias entre estos apodos tradicionales y los *nicks* son muy claras y las vamos a señalar. (En adelante, nos referiremos a los apodos en entornos reales como *apodos* simplemente, y a los que aparecen en entornos virtuales como *nicks*.) En primer término existe una divergencia muy marcada en cuanto a la asignación del sobrenombre. Normalmente quien lleva el apodo es porque ha sido “bautizado” de nuevo por un determinado grupo o comunidad. Por el contrario, el *nick* es elegido voluntariamente por el propio usuario. Y esta elección, como veremos después, resulta fundamental para el éxito de la sesión de ciberhabla que se dispone a realizar. Pero además esta elección en muchos casos responde a una perspectiva muy alejada de la que prima en la creación de los apodos tradicionales. Si, como indicábamos antes, el apodo muchas veces está basado en los defectos corporales de las personas y, añadamos ahora, suele ser burlesco o satírico (también referido a aspectos etopéyicos de la persona), en el *nick* por el contrario solemos encontrar la mayoría de las veces la hiperbolización de cualidades agradables (‘supermimosa’, ‘RESALÁ’, ‘muyguapo’), aunque también hay quien se menosprecia o ridiculiza (‘Pardilla’, ‘MUJER-PERVERSA’, ‘Feissim-ooO’, ‘escritoramala’, ‘eNERGUMENo’, ‘Dómine_Cabra’). En segundo lugar, como hemos indicado más arriba, el apodo se convierte en muchos casos en una denominación permanente. Dura años, muchos años porque llega a hacerse hereditario. Por contra, la propia naturaleza del chat (en la que ahondaremos más abajo) hace que un *nick* sea efímero. Puede durar lo que dura una sesión o incluso menos, porque el usuario puede cambiar de *nicks* cuantas veces quiera. O puede usarlo intermitentemente, cuando le apetezca o se conecte.^[7] En tercer lugar, el apodo, como el nombre propio, cumple una función referencial. Todo el mundo sabe quién es “El Pelusa” (Maradona) o en la pandilla de adolescentes nadie se confundirá al referirse a “El Gafitas” o a “El Jirafa”. Sin embargo, *nicks* como ‘chanel’ o ‘ALIKANTYNO’ no dejan de ser formas de enmascaramiento de la verdadera identidad de los usuarios.

3. La interacción mediante el texto escrito oralizado

Entre las características generales del chat, Yus (2001: 80) siguiendo a Dintel y Pittmam (1997) destaca catorce. Nosotros citaremos la mitad de ellas, por ser las que más nos interesan:

- (1) Los usuarios se dan a conocer mediante apodos.
- (2) La interacción se lleva a cabo únicamente de modo textual.
- (3) Es anónimo.

- (4) La interacción tiene lugar en áreas llamadas canales.
- (5) Los enunciados que emiten los usuarios son como máximo de cuatro líneas de texto en cada participación.
- (6) Los mensajes no son archivados.
- (7) Es asincrónico en tiempo real: los participantes están presentes en una misma interacción, pero escriben y mandan sus mensajes tras leer los de los otros usuarios.

De estas características ahora nos fijaremos especialmente para nuestro trabajo en las tres primeras: apodos, interacción textual y anonimato.

La mayoría de analistas de las producciones textuales de los chats han destacado que el rasgo más esencial de la conversación virtual es el carácter oral de los textos escritos que intercambian los usuarios de Internet. De ahí que, por ejemplo, Yus (2001: 139) ha propuesto denominar el lenguaje del chat como *texto escrito oralizado*. Se trataría, por tanto, de “un híbrido que oscila entre ambos planos [oral/escrito].” (139) Mayans (2002: 42-43) presenta el chat como un “género confuso”, el “más inorgánico y espontáneo de los registros escritos [...] próximo, desprovisto de convenciones y reglas gramaticales o, al menos, de la obligación de su cumplimiento. La tradicional caracterización distante del texto escrito se diluye ante la poca elaboración de las frases y lo instantáneo de su llegada al o a los receptor/es [...] el sistema de argumentación es más similar al de una conversación oral: el contenido se improvisa más, se distribuye fragmentado.” Sin embargo, esta oralización del texto escrito no implica, como remarca Mayans, que se realice “una mera transcripción de una conversación oral” (43), pues al tratarse de intervenciones tecleadas existe “una reflexividad, distanciamiento y estructuración muy superiores a las del registro oral.” (43) Al tratarse de textos escritos que el usuario vive, sin embargo, como enunciados orales, deben buscarse vías que compensen la ausencia de un canal auditivo-vocal en el chat (Yus, 2001: 112). Como han destacado diversos estudiosos (Reid, 1994: 31-32; Ruedenberg *et al.*, 1994; Jaffe *et al.*, 1995; todos ellos citados por Yus, 2001: 113-114) los usuarios recurren a innovaciones tipográficas, como variaciones intencionadas en la ortografía (*vgr.* dialecto visual), el uso estratégico de las mayúsculas, las *sustituciones léxicas* (pistas metalingüísticas de connotación paraverbal, por ejemplo escribir “hmmmm”), los marcadores gramaticales (como el uso repetido de las exclamaciones), y las composiciones icónicas (o *emoticonos*).

Pero en esta interacción textual que es el chat quedan todavía algunos elementos por perfilar. La siguiente definición de Mayans (2002: 95) nos resulta especialmente útil en este sentido: “El chat es un género (1) eminentemente dramático en su realización, (2) televisivo en cuanto a sus estructuras formales y (3) lúdico en cuanto a sus disposiciones y estrategias por parte de los usuarios.” *Dramático* en este caso viene referido a que los usuarios se convierten en actores y público de una representación que ellos mismos van elaborando con sus intervenciones. En cuanto se abre la pantalla del chat vemos un constante *fluir* de intervenciones. Y a un lado de la misma una lista de usuarios, *nicks*, que vienen a constituirse en el “*dramatis personae*” de la *performance* (así llama Mayans a esta actuación colectiva) “con todo el sentido que el verbo *to perform* tiene en inglés, hacer algo, y no sólo decirlo o pensarlo. Realizarlo.” (54) Siguiendo al mismo estudioso, “los personajes que pueblan un chat son roles. Roles contruídos mediante acumulación escénica de características. Roles propios del usuario, que realiza a través de ellos, un trabajo de exteriorización y dramatización de sus propias fantasías y/o realidades, una narración vehemente del propio *self*.” (220) Y en este rol, como veremos después, la elección del *nick* puede ser muy importante.

Por otra parte, la relación del chat con la televisión es evidente y se manifiesta especialmente en dos aspectos. El primero de ellos el soporte o formato: la pantalla. El segundo tiene que ver con los contenidos y la expresión. Como destaca Mayans (2002) es enorme “la importancia de los referentes mediáticos -especialmente televisivos- en los chats (...) la mitología propia de la mayoría de los usuarios de los chats proviene del medio televisivo.” (144) Incluso la expresión (onomatopeyas, frases hechas, chistes...) puede ir muy influida por el lenguaje televisivo (y del cómic).

Por último, el componente lúdico. El quebrantamiento de las normas ortográficas, las innovaciones tipográficas además de contribuir al aspecto de discurso hablado del chat también se relacionan con una intención lúdica y, a veces, estética por parte de los usuarios.

Todos estos aspectos están también presentes en los *nicks* y más tarde los señalaremos y ejemplificaremos.

4. En toda esta modalidad comunicativa del ciberhabla que es el chat y que sucintamente hemos caracterizado, el *nick* juega un papel decisivo. Sin duda, el *nick* puede marcar el arranque de la comunicación buscada, propiciarla o por el contrario truncarla. Vamos a detenernos en dos cuestiones en nuestro análisis de los *nicks*:

4.1 La importancia de la elección del *nick* desde la perspectiva pragmática de la teoría de la relevancia.

4.2 La relación del *nick* con el nombre propio.

4.1 La teoría de la relevancia y la elección del *nick*

Quien accede al canal de un chat lo hace normalmente para comunicarse, para hablar, para interactuar. Este deseo, y otros, pueden estar ya expresados por el propio *nick*. Deberá de todos modos enfrentarse a un inconveniente que ha sido puesto de relieve en muchas ocasiones por los estudiosos: la superioridad del habla respecto de la escritura desde el punto de vista pragmático. Pero, como señala Yus (2001: 98) tanto en el discurso oral como en el escrito el fin de la comunicación es el mismo: “conseguir que la primera interpretación que el destinatario elija, de entre todas las posibles interpretaciones que puede tener un enunciado en un contexto concreto, sea la que el emisor pretendía comunicar.” Aunque, sin duda, el discurso oral juega con ventaja en este aspecto, ya que “los recursos contextuales vocales/visuales que acompañan al discurso oral permiten que dicho propósito se consiga a priori con mayor facilidad.” (*Ibid.*: 99).

La teoría de la relevancia de Sperber y Wilson “se basa en la hipótesis de que la interpretación de los estímulos (actos comunicativos de índole verbal o no verbal) está supeditada a la búsqueda de relevancia en información, un aspecto totalmente enraizado en la propia biología de la cognición humana.” (*Ibid.*: 28) Los mismos autores asumen la idea de *comunicación intencional* iniciada por Grice y Strawson, según la cual es importante identificar la intención de comunicar del hablante para una correcta comprensión del mensaje. Así, en el chat el usuario desde que elige un *nick* ya está mostrando una intención comunicativa. Ejs.: ‘AbogadoViaja40’, ‘acompañame’, ‘ALICANTINA43’. Aunque no todos los *nicks* son tan explícitos (pero son menos frecuentes): ‘@’ ‘vcr3’.

Sperber y Wilson proponen dos tipos de intención: la *informativa* y la *comunicativa*. Con la primera se muestra la intención de informar de algo. *Nicks* como ‘castellonxica’, ‘Secretaria19Sola’, ‘ODIOLASEXTA’ son claramente informativos. Con el segundo tipo se evidencia la intención de informar de la intención de informar de algo. En este caso el estímulo adquiere un carácter *ostensivo*. Son tres los requisitos para que los estímulos sean considerados ostensivos: (1) atraer la atención del oyente. (2) Dirigir esa atención hacia las intenciones del hablante. (3) Revelar las intenciones del hablante. Ejemplos de *nicks* que actuarían como estímulo ostensivo: ‘acariciameamor’, ‘AdoroTusTetas’, ‘conversemos’, ‘dime-Q-buscas’.

Según Sperber y Wilson los seres humanos prestan atención automáticamente a lo que les parece más relevante. Como un acto de ostensión porta su garantía de relevancia, este hecho, que Sperber y Wilson (1986) llaman principio de relevancia, hace manifiesta la intención informativa que subyace a la ostensión (Yus, 2001: 36-37). En el chat la comunicación comienza desde que un usuario elige un *nick* y otro usuario, lector, elabora hipótesis sobre la información(es) que ese *nick* ofrece. En un medio como este, en el que prima la velocidad, en el que no hay demasiado tiempo para la reflexión, un *nick* ostensivo abrirá mayores posibilidades de comunicación que otro no ostensivo, siempre y cuando la información que ofrece atraiga y seduzca al interlocutor.[8] Todo esto se relaciona con “la primera hipótesis que cumple el principio de relevancia (esto es, que aporte un máximo interés a cambio de un mínimo esfuerzo de procesamiento), es la que el oyente ha de elegir, desestimando, a la vez, otras posibles interpretaciones que ofrezcan un peor equilibrio entre el interés que suscita y el esfuerzo de procesamiento que exige.” (Yus, 2001: 37)

4.2 *Nicks* y nombres propios

Decíamos más arriba al confrontar apodo y *nick*, que el apodo al igual que el nombre propio cumple una función referencial. Tradicionalmente desde J.S. Mill se ha dicho que el nombre propio sólo denota (es decir, “designa” o “refiere”), pero no connota, es una marca sin significado (inoperatividad en su significado léxico originario) o un “designador rígido” (Kripke: 1972; Récanati: 1983). (Este teoría referencial clásica es base de definiciones más o menos constantes en gramáticas de diversas lenguas y orientaciones, especialmente en gramáticas normativas o en gramáticas al uso no exclusivamente logicistas). Es innegable que apodos (los apodos constituyen una clase de los antropónimos como los seudónimos) como “cerebrito” o “pitufo”, pueden funcionar referencialmente como “Carlos” o “Antonio” o *nicks* como los que integran nuestro corpus.

Sin embargo, en muchas ocasiones los nombres propios pueden funcionar también connotativamente: p.e., Este chico es un *Ronaldo*. Los apodos lo hacen así la mayoría de veces, atendiendo a rasgos culturales (ligazones de los sujetos con la tradición, costumbre, trabajos y hábitos) como “negrero”, “bicicleta” o motivaciones caracteriológicas (rasgos físicos o psicológicos de los sujetos) como “cabezón” o “risitas”. En el caso de los *nicks*, como la elección corre a cargo del propio usuario pueden darse dos posibilidades: una, que se pretenda enmascarar la verdadera identidad y preservar el anonimato, con lo que el *nick* puede ser similar al nombre propio en su uso referencial: ‘a’, ‘María’. Dos, que se pretendan dar pistas a los receptores, bien sobre la verdadera identidad o bien sobre otra identidad inventada para Internet. En ambos casos se pueden crear *nicks* con términos connotativos: ‘afrodita30’, ‘AnaLaSargenta’, ‘DonJuandeMarco’, ‘Madame-bovary’.

5. Conclusiones

Como apunta D. Crystal (2002) la revolución de Internet es fundamentalmente lingüística, y en uno de los medios que acoge, el chat, se ha producido buena parte de esta revolución. Al tratarse de un nuevo entorno, la forma de apodar, de designar cambia: frente al apodo tradicional el *nick* nace por autoasignación (la mayoría de veces ameliorativa y no peyorativa), su pervivencia depende también de la voluntad de su creador-usuario y es una forma de enmascaramiento o preservación de su identidad real.

El *nick* resulta fundamental en la forma de comunicación llamada chat, pues abre, posibilita o trunca la interacción textual (función fática del lenguaje). Y esto es posible porque además se constituye en *marca catafórica*, anticipadora de muy diferentes rasgos: del *rol* que el usuario quiere jugar en esa *performance* que es cada sesión del chat; la intención informativa que subyace a la ostensión (principio de relevancia). Dicha información puede ser muy variada: señas de identidad, experiencia del usuario en el chat, proposiciones del usuario a los posibles receptores (las de tipo sexual son las más frecuentes en estos canales estudiados), etc.

El *nick* en definitiva es elemento sintetizador, aglutinador, de las principales características lingüísticas de los chats: carácter lúdico y humorístico, y creatividad lingüística -neologismos variados, modificaciones textuales para suplir la falta de cualidades vocales (no verbales) en el texto (faltas de ortografía, grafía fonética, grafía coloquial, grafía prosódica, etc.)-

Bibliografía:

BROWN, P.; LEVINSON, S. (1987): *Politeness: Some Universals in Language Usage*, Cambridge, Cambridge University Press.

CRYSTAL, D. (2002): *El lenguaje e Internet*, Madrid, Akal Cambridge.

ESCANDELL, M.V. (2006): *Introducción a la pragmática*, Barcelona, Ariel.

FAURE, R. et al. (2005): *Diccionario de apellidos españoles*, Madrid, Espasa-Calpe, (pp.XI-LII).

GRICE, P. (1975): «Logic and Conversation» en Cole, P.; J. Morgan (eds.) (1975): *Syntax and Semantics. Vol. 3: Speech Acts*. Nueva York, Academic Press. 41-58.

HAVERKATE, H. (1994): *La cortesía verbal. Estudio pragmlingüístico*, Madrid, Gredos.

KRIPKE, S. (1972): “Naming and Necessity”, en D. Davidson y G. Harman (comps.), *Semantics of Natural Language*, Dordrech, Riedel. 253-355.

LEECH, G. (1983): *Principles of Pragmatics*, Londres, Longman.

MAYANS I PLANELLS, J. (2002): *Género chat o cómo la etnografía puso un pie en el ciberespacio*, Barcelona, GEDISA.

PALAZZO, G. (2005): “¿Son corteses los jóvenes en el chat? Estudio de estrategias de interacción en la conversación virtual”, *Revista TEXTOS de la CiberSociedad*, 5. Temática variada, nº5 <http://www.cibersociedad.net>.

RÉCANATI, F. (1983): “La sémantique des noms propres”, *Langue Française* 57, Paris. 106-118.

ROCCO, G. (2001): “Un estudio del establecimiento de relaciones íntimas medidas por computador. El caso de IRC en Internet”, *Revista TEXTOS de la CiberSociedad*, 1. Temática variada, nº1 <http://www.cibersociedad.net>.

TEXEIRA, A. (2006): “Llámeme mejor por mi apodo”, <http://www.elmundo.es/suplementos/cronica/2006/550/1147557615.html>

YUS, F. (2001): *Ciberpragmática. El uso del lenguaje en Internet*, Barcelona, Ariel.

Notas

[1] Citado por Ullmann (1980: 81).

[2] *Ibid.* :83

[3] Notarios y escribanos junto al nombre de pila del interesado hacían constar el nombre de su padre, su apodo, profesión, título o procedencia. También la documentación eclesiástica medieval, cuyo vehículo de expresión era el latín, desde el siglo IX, solía presentar el individuo más el nombre del padre en forma genitiva: *Antonio filius Petri* ("Antonio hijo de Pedro") o el nombre de nacimiento del individuo más su título nobiliario o grado eclesiástico: *Franciscus monachus* ("Francisco monje") o *Bernardus baronus* ("Bernardo barón") (ejemplos tomados de Faure et al. (2005): XVIII).

[4] Como ocurre, por ejemplo, en Cedillo (Cáceres). La idea surgió porque en el pueblo, a pesar de tener sólo 600 habitantes, hay varias personas con los mismos nombres y apellidos, y residentes en la misma calle. Como indica Teixeira (2006): "Dos Gonzalo Faustino Riscado que residen en la calle Comandante Carrillo. Sin embargo, uno aparece como Gonzalo Cultuvio. Problema solucionado."

[5] Algunos apodos de Valbona (Teruel): www.upv.es/%7Efizquier/la_carroncha/numero2/motes.html; de Tubilla del Lago (Burgos): www.tubilladellago.com/apodos/html; de Lopera y Pegalajar (Jaén): personal.telefonica.terra.es/web/sierramagina/articulos/apodo_en_los_pueblos_de_lopera_y.htm; en Munera (Albacete): www.munera.es/ocio_arch/apod_arch/apod.htm. Estos serían algunos ejemplos de páginas web que hemos elegido al azar.

[6] Definimos aquí algunos conceptos básicos: CHAT: La conversación virtual por Internet, popularmente conocida como chat (tomada del término inglés "charlar"), la definió Mayans (2002:19) como "aplicación informática - software- que, haciendo uso de la conexión a Internet, permite la

comunicación escrita inmediata y simultánea de múltiples usuarios." CANALES: "los servicios que hospedan los chats organizan a sus usuarios en un número indeterminado de subsecciones llamadas canales" (*Ibid.*, 20). SESIÓN: "conexión a un servidor a través de la conexión de Internet. Así, una sesión de Chat significa conectarse a ese determinado servidor y hacer uso de él. Una sesión de Chat puede durar quince minutos o prolongarse durante muchas horas. Es un término más descriptivo que analítico, ya que sus parámetros concretos no están definidos." (*Ibid.*, 30, nota 9). NICK o NICKNAME: "significa en inglés, nombre de guerra, es decir, pseudónimo o apodo" (*Ibid.*, 31, nota 10). Es indispensable poseer un nick para poder chatear, y muchos usuarios al elegirlo optan por registrarlo que, para Mayans (*Ibid.*, 31) "es establecer algo así como unos derechos exclusivos sobre el apodo o nick que se haya escogido (...) Registrar un nick es algo así como legalizarlo, como inscribirlo en un registro civil local."

[7] Sobre algunas experiencias de usuarios con sus nicks véase Mayans (2002: 200-202).

[8] Alguna usuaria con un *nick* ostensivo (y provocativo), como <tetona> nos ha confesado privadamente que ese *nick* le da más posibilidades de hablar con un mayor número de usuarios que otro más neutro como <María>.

© Pedro Tejada Tello 2006

Espéculo. Revista de estudios literarios. Universidad Complutense de Madrid

2010 - Reservados todos los derechos

Permitido el uso sin fines comerciales

Sútese como [voluntario](#) o [donante](#) , para promover el crecimiento y la difusión de la [Biblioteca Virtual Universal](#). www.biblioteca.org.ar

Si se advierte algún tipo de error, o desea realizar alguna sugerencia le solicitamos visite el siguiente [enlace. www.biblioteca.org.ar/comentario](http://www.biblioteca.org.ar/comentario)

