

Análisis del uso de la economía del lenguaje y emoticones como medio de comunicación en el lenguaje escrito

Analysis of the use of language economy and emoticons as a means of communication in written language

Recibido: 04 de febrero de 2025

Pablo Ramires Hernández

Aceptado: 25 de marzo de 2026

Resumen

Con la llegada del internet y las tecnologías de comunicación, se han modificado en gran medida nuestra forma de comunicarnos y relacionarnos, un claro ejemplo de esto es el uso de las redes sociales, mismas que nos han permitido interactuar con personas a pesar de no encontrarnos en un mismo entorno, el aumento en el uso de estas tecnologías de comunicación ha generado una transformación del lenguaje, pues se han incorporado elementos comunicativos propios de los entornos virtuales los cuales han generado un cambio en la expresión escrita de las personas introduciendo con ello nuevas formas de comunicarnos.

Palabras clave: PRISMA, Economía del lenguaje, Emoticones, Redes sociales, Comunicación no Verbal, Lenguaje Escrito, Símbolos, Elementos Lingüísticos.

Abstract

With the advent of the internet and communication technologies, our way of communicating and relating has changed to a great extent, a clear example of this is the use of social networks, the same thing that has allowed us to interact with people despite not finding ourselves in the same environment, the increase in the use of these communication technologies has generated a transformation of language, since communicative elements typical of virtual environments have been incorporated, which have generated a change in the written expression of people, thereby introducing new ways to communicate.

Keywords: PRISMA, Economy of language, Emoticons, Social networks, non-verbal communication, symbols, linguistic elements.

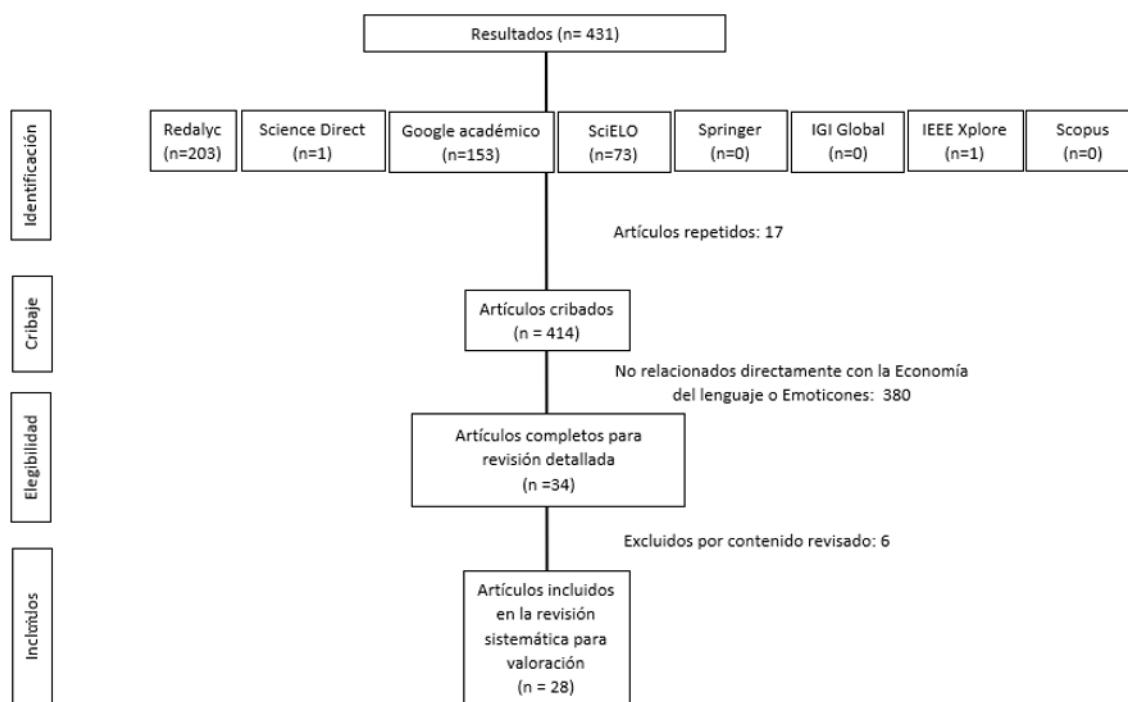
Revisión Sistemática de la Literatura basada en la metodología PRISMA

La presente investigación, es una revisión sistemática de literatura la cual es de gran utilidad ya que proporciona una síntesis del estado del conocimiento sobre uso de la economía del lenguaje y los emoticones en el lenguaje escrito, dicha revisión sistemática se realizó haciendo uso de la metodología PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic reviews and Meta-Analyses), la cual es una metodología que fue publicada en 2009 con el objetivo de ayudar a los autores de revisiones sistemáticas a documentar de una manera más clara la razón por la cual realizaron la revisión y lo que encontraron en ella (Fernández, Romero García, & Yepes Nuñez, 2021).

Se empleo la siguiente búsqueda lógica para encontrar material acorde al tema a abordar ("*Economía del lenguaje*" OR "*Emoticones*") en las diversas fuentes como; Redalyc, Science Direct, Google Académico, SciELO, Springer, IGI Global, IEEE Xplore y Scopus. Se analizaron títulos, resúmenes y palabras clave, la figura 1 muestra los resultados obtenidos.

Figura 1.

Implementación de la metodología PRISMA



Fuente: Elaboración propia.

Descripción de los pasos realizados en las etapas que comprende la metodología PRISMA:

Paso 1: Identificación. En esta primera etapa se realizó una búsqueda de artículos en Redalyc, Science Direct, Google Académico, SciELO, Springer, IGI Global, IEEE Xplore y Scopus para encontrar literatura relacionada con la economía del lenguaje y los emoticones. En este paso, se encontraron 431 artículos aplicando la búsqueda lógica en los títulos, resúmenes y palabras clave.

Paso 2: Cribaje. En esta segunda etapa se excluyeron 17 artículos, los cuales se encontraban repetidos, quedando solo 414 artículos relevantes sobre la economía del lenguaje y los emoticones.

Paso 3: Elegibilidad. En la tercera etapa se revisaron títulos y resúmenes. Se omitieron 380 artículos que no estaban relacionados la economía del lenguaje y los emoticones, quedando solo 34 artículos restantes mismos que se descargaron para su posterior análisis.

Paso 4: Incluidos. Después de analizar los artículos descargados, se descartaron 6 artículos por no estar completamente relacionados con el tema central de esta investigación. Por tanto, la presente revisión sistemática de literatura realizada consta de 28 artículos escritos en idioma inglés y español sobre la economía del lenguaje y los emoticones.

Introducción

La comunicación humana, es una característica propia que conlleva el vivir en sociedad, día a día nos comunicamos constantemente a través de diferentes medios, el uso de las redes sociales como medio de comunicación es muy común en la actualidad, en el 2022 de acuerdo con un estudio realizado, un 73.4 % de la población nacional hizo uso de las redes sociales, lo que representa a 94 millones de personas en México que utilizan las diversas plataformas de redes sociales (Rodríguez J. , 2023). El surgimiento de las redes sociales ha dado la pauta para que se generen nuevos modos de comunicación cuya diferencia con el resto se basa en el tratamiento del lenguaje, principalmente el lenguaje escrito (Bourdieu, 1985).

La comunicación generada en estos nuevos medios es conocida como chats, la cual es una comunicación sincrónica, es decir, ocurre en el mismo tiempo, pero no en el mismo lugar, esta comunicación parte de la comunicación clásica donde un emisor le envía un mensaje a un receptor, es un sistema que permite a los usuarios el intercambiar mensajes de texto o voz en tiempo real, para establecer “conversaciones” entre ellos (Domínguez García,, 2021).

Con el surgimiento de estos medios de comunicación, se ha visto más presente la modificación al lenguaje, en especial el lenguaje escrito. El lenguaje está vivo por lo que es cambiante día a día, se adapta a nuevas situaciones y evoluciona de acuerdo con el uso que le dé el hablante, todo inicia cuando empiezas a escribir normalmente, pero con el paso del tiempo generalmente debido a la flojera empiezas a acortar las palabras, sustituirlas y/o utilizar códigos para economizar tu tiempo y esfuerzo en la articulación de estas (Alonso, 2006).

La economía del lenguaje y su uso en el ámbito virtual

Con la minimización del esfuerzo invertido a la hora del hablar, escribir o expresarse se genera lo que comúnmente conocemos como economía del lenguaje la cual alude principalmente a la ley del mínimo esfuerzo. Es decir, la lengua como reflejo de la tendencia humana a obtener el máximo efecto posible a partir del mínimo esfuerzo, esta consiste en el acortamiento de palabras, uso de emoticones, expresiones coloquiales, en general se refiere a resumir o simplificar lo que se quiere decir con la finalidad de ahorrar tiempo y esfuerzo en la articulación de lo que queremos comunicar (Calle, 2005). Las palabras entre más cortas sean, más fáciles son de memorizar y de reproducir, por lo que se facilita su entendimiento dentro de los usuarios de la lengua, entre más se utilice una palabra corta, más se reduce su costo de forma automática, tal reducción determina cambios en el idioma.

Actualmente el uso de la economía del lenguaje es muy recurrente, principalmente en el lenguaje escrito, su objetivo primordial es simplificar la comunicación de ideas reduciendo el número de símbolos al mínimo, propiciando la eliminación de letras innecesarias dentro de una sílaba para escribirla más rápido, sin perder el significado para

el lector, el uso de la economía del lenguaje se encuentra justificada por la comodidad o incluso pereza ya que al utilizar formas de expresión más cortas, generamos un menor esfuerzo en su propia articulación. Podemos hablar de economía lingüística cuando hacemos un uso abreviado del código (palabras acortadas (abreviaciones), frases incompletas, eliminación de algún elemento lingüístico, etc.). Por ejemplo: escribir las letras “xq” para representar la pregunta “¿Por qué?”, o simplemente cambiarla por el símbolo “?” (ESCAVY ZAMORA, 2005).

Este nuevo código de comunicación se ha visto más presente a través de los mensajes SMS, chats, e-mails, etc. La principal preocupación que genera el utilizarlo se basa en los problemas que pueden generar en la redacción, ortografía, uso de elementos lingüísticos, etc. Pues derivado de la necesidad de transmitir a mayor velocidad el mensaje, el emisor tiende a transformar el lenguaje escrito mediante el uso de nuevos elementos (Zamora Úbeda, 2018).

En la economía del lenguaje, diversos autores suelen clasificarla en 2 tipos; una relacionada con la forma de expresión y otra con los significados. En la primera nos referimos a la preferencia por palabras menos largas, esto se suscita cuando hacemos un uso abreviado del código (palabras acortadas, frases incompletas, eliminación de algún elemento lingüístico, etc.). Por su parte, en el segundo tipo de economía podríamos referirnos, a el uso de palabras más generales en cuanto a su contenido sémico. El hecho de que las palabras más usadas tengan un significado más general que las menos usadas, también general a las lenguas humanas, procede igualmente de este principio, todo esto con la finalidad de transmitir un mensaje determinado (Paredes, 2008).

La economía del lenguaje no es sólo una expresión de la tendencia al mínimo esfuerzo y de la comodidad del hablante, sino que recubre infinidad de mecanismos lingüísticos y atañe a todos los niveles de análisis (Jiménez, 2006). La figura 2 muestra un ejemplo del uso de la economía del lenguaje en una comunicación establecida en redes sociales mediante el uso del lenguaje escrito.

Figura 2.

Ejemplificación de la economía del lenguaje



Fuente: Elaboración propia.

Las emociones como parte de la economía del lenguaje

La comunicación no verbal establecida en las redes sociales mediante el chat es una comunicación que emplea principalmente el lenguaje escrito, en este tipo de comunicación una forma de expresar las emociones de una manera fácil, ingeniosa y divertida que han implementado los usuarios es mediante el uso de emoticones (Campos Morán, 2010).

Los emoticones son representaciones utilizadas muy comúnmente por usuarios que hacen uso de la comunicación virtual Rodríguez (2021), menciona que los emoticones podrían reemplazar en el futuro a la comunicación escrita, convirtiéndola en una escritura representativa. Cada vez, son más las representaciones simbólicas que se incorporan en estos diálogos sincrónicos conocidos como chat, una de ellas son los emoticones, que proporcionan economía a las conversaciones. En sí mismos tienen un carácter comunicativo, puesto que son elementos utilizados entre emisor y receptor con un significado concreto para ambos. En este caso, su principal objetivo ha sido el expresar el estado anímico o emocional, en un momento determinado de la comunicación permitiendo con ello una comunicación más cercana y humana (Valencia & García, 2010).

Un emoticón o emoticono es una palabra del idioma inglés creada a partir de “emotional icon” traducido al español como “ícono emotivo”. El uso de emoticones ha generado un cambio en la comunicación escrita, pues se utilizan símbolos o imágenes para reemplazar palabras dentro de una oración empleada para transmitir una idea, estos emoticones han tenido un gran auge desde su aparición en los primeros motores de conversación (Guei Hua, Chun Tuan, Anil, & Okumus, 2020).

Los emoticones tienen su origen en 1982, cuando un investigador estadounidense propuso añadir la secuencia de signos de puntuación :) para indicar o representar una cara de felicidad, en sus inicios los emoticones se creaban mediante el uso de los signos de puntuación haciendo uso del teclado, fue hasta el año 1999 cuando el japonés Shigetaka Kurita, diseñó un paquete con 176 emojis, los cuales eran muy sencillos, tenían un tamaño de 12 x 12 píxeles mismos que eran adecuados para los teléfonos móviles de esa época (Rodríguez P., 2021).

En sus inicios, los emoticones representaban una cara humana y expresaba una emoción, por lo cual su objetivo ha sido el ayudar a los usuarios a expresar sus estados de ánimo o sentimientos mediante imágenes, permitiéndoles a la vez el ahorro de palabras en la comunicación electrónica pues se sustituye una frase por un símbolo. Con la difusión de los emoticonos gráficos, representados por imágenes y no por simples signos de puntuación, se crea una mayor asociación entre emoticonos y emociones ya que actualmente disponemos de una gran variedad de emoticones que ya no se limitan a expresar únicamente expresiones faciales de emociones (Seguí, 2018).

Con el desarrollo e implementación de emoticonos gráficos, se lograron generar emoticonos con significados muy diversos, actualmente podemos encontrar una gran variedad de ellos, como: objetos, animales, estado de ánimo, comportamientos, deportes, profesiones, rasgos faciales y corporales, expresiones, género, hábitos de consumo, signos matemáticos, medios de comunicación, etc. (Rocha Silva, 2004).

Día a día es común el uso de emoticones, recursos visuales que también modifican la estructura de las palabras y el contexto de la oración que los rodean, generando una transformación en el lenguaje y simplificándolo, reemplazando una serie de emociones e ideas que los sujetos que los utilizan desean transmitir de tal manera que permite una mayor

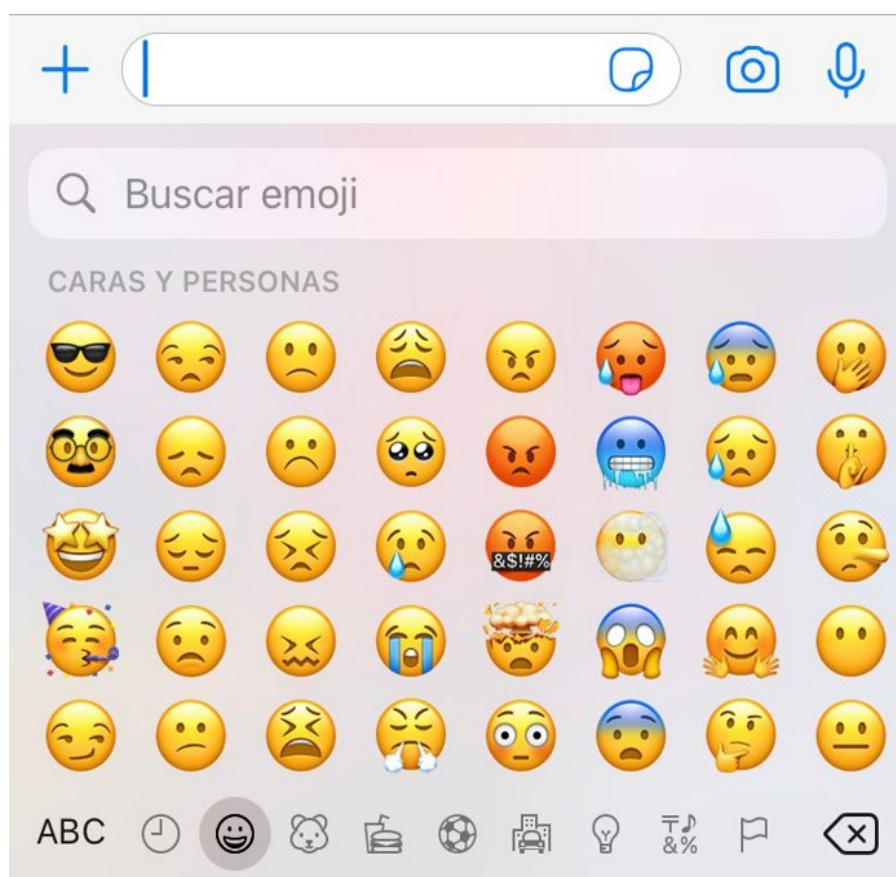
velocidad en la transmisión de ideas y mensajes mediante el lenguaje escrito, el uso de estos elementos en gramática también forman parte de la economía del lenguaje (Campos Morán, 2010).

Los principales empleadores del uso de emoticones, son los usuarios jóvenes quienes una vez que se utiliza un emoticón, progresivamente comienza a reemplazar a la escritura tradicional, lo cual puede llegar a generar una disminución en la capacidad de emplear el lenguaje escrito para expresar emociones, ya que el emoticón ha asumido esa función en la estructura mental, un ejemplo de ello es el concepto de tristeza pasa a ser expresado por la carita triste en lugar de la expresión “estoy triste”, y así con el resto de las emociones, sin quedar exentos los comportamientos, deportes, hábitos de consumo e infinidad de cosas que mediante el uso de emoticones se pueden transmitir en un mensaje (Domínguez García,, 2021).

La figura 3, muestra un ejemplo de los emoticones empleados para el lenguaje escrito mediante la red social WhatsApp.

Figura 3.

Emoticones utilizados en la red social WhatsApp



Fuente: Elaboración propia

Los emoticonos han permitido la creación de nuevos modos de comunicación emocional, generando una comunicación más eficaz pese a las limitaciones de expresión que posee el medio tecnológico permitiendo transmitir los mensajes de manera más oportuna generando una mejor comunicación entre sus usuarios (Spinelli, 2021).

La influencia de la economía del lenguaje fuera del ámbito virtual

Al hacer uso constante de la economía del lenguaje, inherentemente cambiamos la forma en que nos comunicamos principalmente en el lenguaje escrito lo cual repercute directamente en nuestra capacidad mental para articular las palabras y oraciones adecuadas en la transmisión de nuestro mensaje y con ello, nuestra comunicación, modificando el lenguaje escrito de comunicación original, dando como resultado una mezcla ideográfica que optimiza el uso de las palabras, pero hace perder la riqueza del lenguaje que hablamos lo cual genera la pérdida de coherencia en las ideas que deseamos transmitir (Valencia & García, 2010).

Frases completas que se convierten en siglas, palabras a las que se les pierden las vocales, múltiples abreviaciones, faltas ortográficas y gramaticales generan que un texto escrito tenga un aspecto jibarizado en el que parece correcto el desecharse de todo aquello que no sea estrictamente necesario para transmitir el mensaje. La costumbre de escribir de esta manera tiende a relacionarse con los mensajes de texto enviados a través de los móviles, redes sociales y demás medios de comunicación virtual (Martínez Rodrigo, 2018).

Los que mejor se han adaptado a esta transformación, principalmente por ser quienes fomentan a través de su práctica la economía de lenguaje, son los jóvenes, su uso desmedido de las computadoras y la telefonía celular le permite relacionarse con naturalidad (Ato & González, 2019). La velocidad y destreza de un joven con un celular no puede compararse con la de una persona de mayor edad, a quien le cuesta mucho más.

Cuando nos comunicamos en la vida cotidiana, a menudo existen problemas de entendimiento los cuales se generan por variados factores, entre los cuales sobresalen; la falta de atención y comprensión de quien recibe la información así como el no emitir correctamente los mensajes, el emplear la economía del lenguaje puede resultar contraproducente pues hay personas no relacionadas con ello mismas que les costara trabajo entender el mensaje porque no conocían los símbolos y contracciones de las palabras (Rodríguez J. , 2023).

Sampietro (2016) plantea que en esa rapidez y vertiginosidad generada por la economía del lenguaje en la comunicación es la misma que permite que se presenten confusiones o malentendidos de acuerdo con el uso de algunos símbolos o códigos. Aquellas personas que utilizan por primera vez un medio de comunicación virtual se encuentran con diálogos repletos de términos desconocidos, abreviaturas, ausencia de elementos lingüísticos, faltas de ortografía y gramática, etc. Dichas personas requerirán tiempo para poder traducir con naturalidad dichas formas de expresión (Cantón Tébar, 2020).

Precisamente la dificultad que presentan los mensajes que han sido escritos utilizando la economía del lenguaje es que para ser descodificados por un receptor (oyente) se requiere una serie de estrategias comunicativas que contribuyen a la correcta interpretación del mensaje emitido, si bien es cierto que para el emisor el utilizar la economía del lenguaje en la formulación de sus palabras es más sencillo, fácil y rápido, también es cierto que para el receptor es más difícil el interpretar el significado del mensaje recibido (Razeto, 1999).

De acuerdo con Domínguez (2021) hacer uso de la economía del lenguaje genera un deterioro y degradación al lenguaje mismo, pues se ha concebido como una amenaza al propio sistema lingüístico generado por la dejadez o pereza por parte de los hablantes, dado que en la economía del lenguaje no se respetan las reglas ortográficas ni los

acentos, se emplean mucho los pronombres, se sustituyen palabras e incluso frases por letras, hacen uso de frases incompletas e incluso existe la eliminación de símbolos lingüísticos que alteran el lenguaje deformando el idioma.

Estudios realizados en estudiantes entre 12 y 18 años, permiten observar faltas de ortografía en las conversaciones de estos mediante entornos virtuales, modifican el lenguaje ya que escriben palabras sustituyéndolas por letras, por ejemplo: xq (¿Por qué?), q ases (¿qué haces?), nd (nada), k (¿Qué?), tonces (entonces), Los signos de puntuación no los utilizan correctamente y a veces ni los utilizan, estas abreviaciones de palabras conocidas como economía del lenguaje generan una deformación del lenguaje empobreciendo nuestro idioma, esto parece originarse generalmente por la flojera y ahorro de esfuerzo en la generación del mensaje y/o por la necesidad de enviar con la mayor rapidez posible la respuesta al interlocutor, día a día con frecuencia se utilizan nuevas expresiones que efectivamente, acortan las palabras durante la conversación pero que generan una alteración en el lenguaje (Rocha Silva, 2004).

El estudio permitió identificar que los estudiantes en sus dictados no cometen tantos errores ortográficos y gramaticales como en las charlas sostenidas por medios virtuales (principalmente redes sociales), algunas palabras que escribían mal en sus conversaciones en el chat, en el dictado estaban correctamente escritas (Rocha Silva, 2004). Una posible razón por la cual los estudiantes no hacen uso de la economía del lenguaje en sus trabajos escolares, se remite a que en los salones de clase, principalmente en los cuadernos de apuntes de los estudiantes, e incluso en los trabajos a evaluar y exámenes, el uso de la economía del lenguaje genera la obtención de una calificación inferior debido a la que la idea original generalmente se pierde y al no haberla expresado adecuadamente, por lo cual a pesar del ahorro de tiempo y rapidez en la articulación del escrito, los alumnos prefieren no hacer uso de ello (Moral Toranzo & García Loreto, 2003).

El uso menos recurrente de la economía del lenguaje en el ámbito académico se remite a que la comunicación establecida en las redes sociales es sobre temas menos profundos los cuales les permite a los usuarios, hacer uso de la economía del lenguaje sin mucha repercusión, mientras que los temas escolares son de mayor profundidad por lo cual se requiere el uso del lenguaje escrito adecuado para expresar con mayor precisión la idea o mensaje deseado. En líneas generales puede decirse que, entre quienes escriben en chats, foros y demás medios virtuales de comunicación tienen una marcada tendencia a no someterse a los principios ortográficos y gramaticales de la escritura propia. Es posible que en muchos casos se trate solamente del producto del apresuramiento, desconocimiento o del resultado combinado de ambos. Hay, sin embargo, abundantes faltas ortográficas de las cuales el emisor es consciente y a pesar de ello las utiliza en la articulación del mensaje que pretende comunicar (RUSSO, 2008).

A través de las redes sociales, se lee lo que se desea leer, no lo que se intenta decir, los interlocutores dicen lo que quieren decir, pero se entiende lo que se quiera y se pueda entender. No es éste un problema del contexto, del mensaje o del canal, sino de los individuos, quienes, en su interés por relacionarse a través de la red, interpretan el mensaje como desean, como a ellos les gustaría que fuese. Es un problema evidente para que se dé una comunicación correcta, pues los malentendidos suelen ser frecuentes, aunque no es un problema de mayores consecuencias dado en el contexto en el que se desarrolla (Gómez Encinas, 2016).

Cabe resaltar que la economía del lenguaje no solo está presente en el lenguaje escrito, sino también en el lenguaje verbal más sin embargo el uso de abreviaciones en el lenguaje escrito no siempre equivale a la facilidad de la

pronunciación, puesto que nadie dice “vs” en lugar de “versus”, ni decir “pte” en lugar de “presidente”. Esto quiere decir que la economía del lenguaje no amenaza al español, sino que solamente a su sistema de escritura (Benites Castillo, 2015).

Paredes (2008) calificó a la economía del lenguaje no sólo como una característica propia del comportamiento humano sino como un principio del lenguaje, pues considera que este principio no sólo surge del descuido de los hablantes, sino que presupone una capacidad cognitiva desarrollada que sin duda constituye una de las bases del funcionamiento del lenguaje humano. Sin duda, este principio está implicado en el surgimiento y configuración del lenguaje humano tal y como lo conocemos por lo cual, no puede considerarse como un factor que amenaza la estabilidad de la ortografía y gramática.

Si bien estos cambios en el lenguaje han despertado el debate sobre si se trata de evolución o repercusión en el lenguaje, no se puede discutir la practicidad y el ingenio en ciertos casos frente a la transformación de la lengua y la mutación hacia nuevas formas de comunicación como la abreviación, substitución de letras y la aparición de nuevos términos así como la tendencia de volver más expresiva la conversación escrita mediante el uso de los emoticones, generando un entendimiento en cualquier parte del mundo más allá de la lengua que se hable y las creencias (culturales, religiosas, políticas, etc.) que se tengan (Segura Camargo & Camilo Valencia, 2011).

El lenguaje en los medios de comunicación virtuales es dinámico, nace, crece y se modifica por los propios usuarios. Para Antonio Parrilla “el escenario lingüístico es uno de los afectados y no es sorpresa, porque toda revolución implica cambios y en este caso, no solamente las tecnologías evolucionan, también lo hacen las formas de comunicarse y, por ende, la terminología, los signos, los símbolos, el idioma, la lengua”, las alteraciones en las lenguas son producto de cambios de paradigmas, de la evolución natural del hombre y sus creaciones. El hombre es el que adapta a su necesidad, el que crea, modifica. El lenguaje es suyo; y sucede todo ello en esta realidad (Benites Castillo, 2015).

Las nuevas formas de comunicación han generado cambios en la escritura, no solo en el idioma español, sino en diversos lenguajes por lo cual deberíamos preguntarnos ¿en qué medida la economía del lenguaje perjudica o beneficia al lenguaje escrito?

Discusión

El punto de vista sobre la economía del lenguaje de diversos autores es muy variado, ya que autores como Domínguez (2021) establecen que la economía del lenguaje podría ser una causa del empobrecimiento y deterioro de la lengua, generada a partir de la pereza y/o descuido del hablante, mientras que por otro lado autores como Paredes (2008) mencionan que la economía del lenguaje se podría considerar como una característica propia del comportamiento humano, así como un principio de este, en el cual para su surgimiento no solo influye la pereza o descuido del hablante, sino el desarrollo de una capacidad cognitiva la cual se genera construyendo una de las bases del funcionamiento del lenguaje humano por lo cual no podría considerarse como un factor que amenaza al propio sistema lingüístico, sino como una capacidad cognitiva que nos permite simplificar la manera de comunicarnos y generar con ello un menor esfuerzo.

RUSSO (2008) considera que las modificaciones en el lenguaje generadas a partir de la economía del lenguaje son índices de que la lengua se está nutriendo, creciendo y evolucionando. Impregnadas en el proceso de creatividad, ingenio, pereza por qué no, e incluso economía las cuales son características propias del ser humano. Así como también menciona que su uso podría considerarse correcto o incorrecto de acuerdo con el contexto y la situación en que se utiliza.

Conclusión

Los fenómenos lingüísticos como lo es la economía del lenguaje son inherentes a las características propias del lenguaje, dado que las lenguas están vivas y son cambiantes según los contextos y circunstancias en las que se utilizan. Por ende, es de vital importancia el transmitir a las personas, especialmente a la juventud la cual es el segmento de la sociedad que mayormente utiliza la economía del lenguaje en su interacción diaria que cada situación y/o entorno determina la forma adecuada de comunicarnos diferenciando entre la escritura que podríamos utilizar chateando con amigos y la escritura a utilizar en la elaboración de un trabajo académico o examen.

Se debe dejar en claro que podemos hacer uso de la economía del lenguaje y adquirir de esta los beneficios o comodidades que genera cuando tenemos una comunicación informal (pláticas entre amigos, conocidos, familiares, etc.) pero cuando establecemos una comunicación formal resulta relevante el recalcar la importancia que tiene el expresarse gramatical y ortográficamente bien, dado que escribir haciendo uso de la economía del lenguaje en contextos formales podría perjudicar su vida profesional; por ejemplo, si alguien entregara una solicitud de empleo y para escribirla se utilizaran palabras acortadas, frases incompletas, eliminación de algún elemento lingüístico, etc. Seguramente no correría con la misma suerte de otro candidato al mismo puesto que si haya presentado una solicitud de empleo sin errores ortográficos y con orden gramatical. Por ello resulta realmente importante situarse en el contexto y la circunstancia para determinar la viabilidad de utilizar o no la economía del lenguaje.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alonso, J. A. (2006). Naturaleza económica de la lengua . *Instituto Complutense de Estudios*, 29.
- Ato, A., & González, D. (2019). El uso de Emoticonos como elemento de Comunicación. *Dsicapacidad Clinica Neorociencias*, 8.
- Bourdieu, P. (1985). *¿Qué significa hablar? Economía de los intercambios lingüísticos*. Madrid: Akal.
- Calle, R. (2005). Sobre los nuevos lenguajes de la comunicación. *Redalyc*, 10.
- Campos Morán, S. (2010). Emoticonos y economía del lenguaje: hacia el empobrecimiento del español. *Entorno*, 4.
- Cantón Tébar, M. d. (2020). EL LENGUAJE NO VERBAL EN LAS REDES SOCIALES. *Google Académico* , 28.
- Domínguez García,, L. (2021). Hablemos del lenguaje. *Redalyc*, 3.
- ESCAVY ZAMORA, R. (2005). Economía lingüística y sistema pronominal. *Redalyc*, 11.
- Fernández, S. A., Romero García, M., & Yepes Nuñez, J. J. (2021). Declaracion PRISMA 2020: una guía actualizada para lapublicación de revisiones sistemáticas. *Revista Española de Cardiología*, 10.
- Gómez Encinas, L. (2016). EMOTICONOS Y MULTIMODALIDAD. EL USO DEL PULGAR HACIA ARRIBA EN WHATSAPP. *Redalyc*, 26.

- Guei Hua , H., Chun Tuan , C., Anil , B., & Okumus, F. (2020). Helpful or harmful? A double-edged sword of emoticons in online review helpfulness. *Elsevier*, 9.
- Jiménez, J. C. (2006). La Economía de la lengua: una visión de conjunto. *ResearchGate*, 29.
- Martínez Rodrigo, E. (2018). LA COMUNICACIÓN DIGITAL: NUEVAS FORMAS DE LECTURA-ESCRITURA. *Quaderns Digitals*, 18.
- Moral Toranzo, F., & García Loreto, R. (2003). Un nuevo lenguaje en la Red. *Redalyc*, 5.
- Paredes Duarte, M. J. (2008). El principio de economía lingüística. *Pragmalingüística*, 13.
- Razeto, L. (1999). LA ECONOMIA DE SOLIDARIDAD: CONCEPTO, REALIDAD Y PROYECTO. *Redalyc*, 14.
- Rocha Silva, M. A. (2004). El lenguaje de los jóvenes en el chat. *Redalyc*, 33.
- Rodríguez, J. (23 de 02 de 2023). *Marketing Ecommerce Mx*. Obtenido de <https://marketing4ecommerce.mx/uso-de-redes-sociales-en-mexico/#:~:text=As%C3%AD%20es%20el%20uso%20de,diversas%20plataformas%20de%20social%20media>.
- Rodríguez, P. (16 de 07 de 2021). *By Orange*. Obtenido de <https://blog.orange.es/consejos-y-trucos/emoji-curiosidades/>
- RUSSO, A. (2008). Vulnerabilidad y contagio en el lenguaje de la economía. *Redalyc*, 18.
- Sampietro, A. (2016). Emoticonos y emojis: Análisis de su historia, difusión y uso en la comunicación digital actual (Tesis Doctoral). UNIVERSITAT DE VALÈNCIA.
- Segui, M. P. (2018). Emoticon en catéter. *Redalyc*, 2.
- Spinelli, L. (2021). Desde el petroglifo al emoticon en las redes sociales actuales. *SCIENTIARUM*, 15.
- Valencia , Y., & García, V. (2010). La escritura simbólica y el lenguaje escrito en los usuarios del Messenger. *Redalyc*, 9.
- Zamora Úbeda, Z. (2018). Las nuevas tecnologías y el español. *Revista de Lengua y Literatura*, 3.