

# Influencia del periodismo en la propagación de nuevos usos del español: estudio de cinco casos

*Influence of journalism on the propagation of new uses of Spanish: five case study*

Luisana Carolina Bustamante Guerrero  
Universidad de Los Andes  
[luisanacarolinab@gmail.com](mailto:luisanacarolinab@gmail.com)

## Resumen

La necesidad del periodista de obtener la primicia en las plataformas digitales trae consigo el descuido de la ortografía y la gramática. Esto evidencia la falta de un conocimiento sólido que permita identificar las palabras que están o no dentro de la norma, lo que origina el empleo de usos inadecuados, adquiridos por el colectivo como consecuencia de su desconocimiento de la lengua y de la confianza conferida al periodista.

El estudio determinó en qué medida estos usos periodísticos han permeado en el habla cotidiana, con la ayuda de una encuesta sobre las preferencias de uso de cinco palabras recurrentes en textos informativos, y que llaman la atención no solo por el uso que hacen los periodistas de ellas, sino porque se han extendido al habla coloquial. Estas palabras son ‘colocar’, ‘realizar’, ‘aperturar’, ‘vital líquido’ y ‘femeninas’.

Se evidenció que, aunque los usuarios informados advierten estos usos como algo fuera de la norma, una mayoría no informada los asume como correctos, inclusive en el gremio periodístico, ya que la interacción constante con los términos hace que el redactor asimile estos calcos y los traslade al habla cotidiana, lo que acorta los límites entre la lengua escrita culta y la oralidad.

*Palabras clave:* español, léxico, escritura, uso, periodismo, medios de comunicación.

## Abstract

The journalist's need to get the scoop on digital platforms brings with it the neglect of spelling and grammar. This fact evidences the lack of solid knowledge that allows one to identify the words that are or are not within the norm, which originates the use of inappropriate usages acquired by the collective due to their lack of knowledge of the language and the trust conferred to the journalist.

The study determined to what extent these journalistic uses have permeated everyday speech, using a survey on the use preferences of five recurring words in informative texts. These words are striking because journalists use them and because they have spread to everyday speech. These words are ‘colocar’, ‘realizar’, ‘aperturar’, ‘vital líquido’ and ‘femeninas’.

It became evident that, although informed users notice these uses as something out of the norm, an uninformed majority assumes them as correct, even in the journalistic profession, since the constant interaction with the terms makes the editor assimilate these calques and

transfer them to everyday speech, which shortens the limits between the cultured written language and orality.

*Keywords*: Spanish, lexicon, writing, usage, journalism, media.

## **1. INTRODUCCIÓN**

Desde siempre, la palabra del comunicador social ha fungido como una voz de autoridad. Cuando éramos niños, y nuestros profesores querían que aprendiéramos nuevas palabras o ampliáramos nuestros conocimientos sobre un tema en específico, recomendaban el periódico como una herramienta propicia para el enriquecimiento cultural, pues el uso del lenguaje y el manejo de palabras distintas a las usadas en la cotidianidad apuntaban a un registro más formal, idóneo para desarrollar nuestras habilidades discursivas. De allí que el lenguaje periodístico siempre ha cumplido dentro de la sociedad un rol fundamental como sinónimo de prestigio social.

En la actualidad, debido a los avances tecnológicos, los comunicadores sociales se han visto en la obligación de utilizar las plataformas digitales y las redes sociales para el posicionamiento de la información. La inmediatez de estas plataformas hace que podamos saber todo lo que sucede a nuestro alrededor en cuestión de minutos, pero, a la par de esto, se han generado dos dinámicas: la hegemonía del lenguaje periodístico como sinónimo de un registro formal, idóneo para incorporar en nuestras habilidades discursivas y, a su vez —este constituye un cambio menos visible para algunos—, el deterioro de este lenguaje debido al sentido de urgencia de la noticia.

Si bien los medios digitales constituyen un gran avance en materia informativa, también es innegable que han contribuido al descuido de la redacción, debido a la necesidad imperiosa del periodista de obtener la primicia. Esto conlleva a que los textos se publiquen sin ser revisados, pues el objetivo es ser los primeros en informar sin reparar en la estructura de la noticia, ya que, además, la figura del corrector —generalmente— está ausente en los medios de comunicación y, a pesar de este panorama, el vocabulario empleado en este contenido se convierte en un punto de referencia para los lectores.

Por consiguiente, el hablante —ajeno a todos los factores que influyen en la noticia a la hora de publicarse— adopta como una forma “más elegante” el uso de ciertos términos manejados por los comunicadores sociales al referirse a una palabra en un registro formal.

## **2. LA ESCRITURA EN EL QUEHACER PERIODÍSTICO**

En los medios de comunicación, los periodistas procuran presentar la información con un lenguaje sencillo, acorde a su público. Pero, en este empleo del lenguaje, se tienden a usar expresiones nuevas, aunque muchas veces inadecuadas. Tal fenómeno se origina por la necesidad del comunicador social de emplear diferentes términos para referirse a un mismo sustantivo sin ser repetitivo, por lo que han surgido construcciones que con el tiempo se han extendido en el uso periodístico por considerarse ingeniosas. Pero no solo este método se limita a la sustitución de un sustantivo por otro, sino también al reemplazo de un verbo por otro, lo que ha conllevado a hacer un uso erróneo y generalizado de algunos verbos como ‘colocar’ y ‘realizar’.

Ahora bien, desde el punto de vista de los redactores, esto parece explicar el surgimiento de nuevas acepciones; pero, desde la perspectiva de los lectores, el problema es aún más intrincado, porque parece haber una aceptación de este modo de presentar la información, de esta forma de comunicación. Entonces, tenemos una mayoría que recibe el mensaje y lo acepta, lo procesa y lo normaliza; así, estos sustantivos y verbos mal empleados, junto a otros vicios lingüísticos, se aceptan como escritura formal. Tal es el caso de ‘vital líquido’ o ‘preciado líquido’ para referirse a la palabra ‘agua’. Su uso ha tenido tal aceptación que dicha construcción ha comenzado a formar parte del registro formal de muchos hablantes. Uno de los motivos más fuertes que explica el fenómeno tiene que ver con la credibilidad.

En general, el público consumidor de esta forma de comunicación ve en los periodistas un modelo social. La mayoría de las personas los ve como una figura de autoridad, se les respeta y se confía en lo que informan. Si a este hecho se añade el desconocimiento de las reglas de ortografía por parte de la audiencia, o los problemas de léxico, se tendrán los elementos necesarios para incidir significativamente en la lengua.

Desde el punto de vista del lector-consumidor, está bien emplear ‘vital líquido’ por ‘agua’, o ‘colocarse de acuerdo’ con alguien en lugar de ‘ponerse de acuerdo’; está bien—inclusive—‘aperturar’ el acto académico, y también las puertas, en lugar de emplear el verbo ‘abrir’. Está bien y no es discutible en esta nueva forma de comunicación. De manera que el prestigio, el estatus, dicta el registro lingüístico de la cotidianidad en la era de las TIC (tecnologías de información y comunicación).

Estas nuevas acepciones de las palabras —que no se corresponden con la norma— ya forman parte del discurso, pues, no solo las hallamos en los registros informales, sino también en los registros cultos, es decir, académicos y profesionales. Es un fenómeno del uso de la lengua que, sin duda alguna, está impactando en la escritura. Esta transformación social de un hecho lingüístico ha llamado la atención, sobre todo, al observar estas y otras fallas en la producción textual de alcance masivo.

### **3. EL PROCESO DE ESCRITURA: PLANIFICACIÓN, PRODUCCIÓN DE IDEAS Y REVISIÓN**

La escritura, entendida como un proceso de producción de textos, requiere de una organización previa de la información, además de una comprensión del uso correcto de la lengua, de modo que la construcción de ideas se haga apropiadamente para lograr expresar con claridad lo que se quiere transmitir. Al redactar, se debe centrar la atención en el proceso de producción escrita y hacer una revisión del conocimiento obtenido sobre el tema de interés que permita un enfoque en cómo empezar a escribir. Este proceso no puede hacerse abruptamente, pues se debe organizar y examinar la información, lo que permitirá abordar con fluidez el desarrollo del contenido.

Hayes y Flower (1986; cit. por Eysenck y Keane, 2010) dividen el proceso de escritura en tres puntos clave: PLANIFICACIÓN, PRODUCCIÓN DE IDEAS y REVISIÓN. En el proceso de planificación se produce la organización de la información para procurar que la exposición del escrito siga una secuencia lógica. Aquí, de acuerdo con la destreza del redactor y el tipo

de texto que se quiera escribir —composiciones, ensayos, trabajos de investigación—, se recurre a la construcción de mapas mentales o al uso de otras herramientas como la articulación de esquemas y organización de la información investigada para lograr una exposición detallada y metódica.

En la fase de producción de ideas se desarrolla el esquema estructurado durante el proceso de planificación y se procura exponer la información de manera coherente y secuencial; mientras que en la revisión se procede a repasar lo que se ha escrito para corregir los errores ortográficos, gramaticales y sintácticos que hayan surgido durante la producción de ideas, con el objetivo de presentar correctamente el contenido y asegurarse de expresar con claridad lo que se quiere comunicar. La revisión puede ocurrir en cualquier nivel, y parte desde la revisión de palabras hasta la estructura completa del texto (Eysenck y Keane, 2010).

A pesar de esta categorización de los procesos que intervienen en la elaboración de textos, se transmite una idea de la escritura como factor dependiente de procesos individuales, aunque, según Eysenck y Keane (2010), estos en realidad son interdependientes y se ejecutan con mayor periodicidad de lo que puede suponerse, ya que durante la producción discursiva se pasa de la fase de planificación a la de producción de ideas y revisión en cuestión de segundos, margen que se reduce mediante la práctica constante de la escritura.

Al igual que Eysenck y Keane (2010), Garachana (2000:183) expresa que la adquisición de destreza al momento de redactar depende de la revisión y, “a medida que se aprende a revisar, se aprende asimismo a confeccionar textos más elaborados”, ya que el escritor detecta los descuidos en su redacción, como frases innecesarias, y modifica aquellas que dificulten la claridad y comprensión del escrito, lo que ayudaría a identificar de manera rápida y eficaz este tipo de faltas, y también a procurar evitarlas, pues los escritores expertos se enfocan más en la coherencia y estructura de los argumentos expresados que los aprendices, y dedican más tiempo a esta fase.

En el proceso creativo, además, se debe usar un registro que se adecue al lector; expresar las ideas de manera clara, eficiente y, al mismo tiempo, cuidar la forma en que se expresarán los conceptos para articular el contenido. Cualquier escrito, desde el epistolar hasta el académico, está sometido a un “conjunto de procedimientos con que un escritor se apropia, con fines expresivos, de los recursos que le ofrece la lengua (...) para obtener determinados efectos” (Lemos, 1992:13-14). A esto se le denomina estilo.

Aun cuando el proceso de producción de un texto pasa por las tres etapas explicadas y se rige por criterios de estilo, en muchos escritos se encuentran “desaciertos” en la redacción, inconvenientes que, asegura Garachana (2000), se deben a la incapacidad de transmitir correctamente la información deseada, ya sea por no dominar el tema que se plantea o por no ser conscientes del alcance que puede tener el contenido, lo que supone un problema para quien lee, porque no se podrán aclarar las dudas que surjan a partir de la lectura. Igualmente, puede ocurrir por descuido o por apremio del autor; de este modo, se infiere que alguna de las fases del procedimiento ha fallado o se ha omitido por impericia, pues, así como el conocimiento obtenido interviene en el desarrollo del proceso de escritura, el dominio en el manejo del lenguaje también constituye un factor primordial para la exposición clara de las ideas.

Para evitar descuidos durante la redacción, como impropiedades léxicas, ambigüedad, omisiones ortográficas o “desatinos” lingüísticos que dificultan la comprensión de frases o que repiten innecesariamente el sentido de lo que se quiere expresar, se han creado los manuales de estilo, reguladores fundamentados en la norma culta de la lengua que se encargan de unificar criterios lingüísticos y facilitan al escritor las herramientas necesarias para una redacción clara y con dominio de la gramática normativa.

Algunas de las dificultades que combaten estos manuales son las impropiedades e incorrecciones del lenguaje (Martínez, 2001); problemas de concordancia, redundancias, ambigüedades, imprecisiones léxicas, entre otros fenómenos lingüísticos. Cada manual de estilo aborda en sus apartados las dificultades en los niveles morfosintáctico y léxico-semántico con menor o mayor importancia y detalle, según juzgue conveniente el autor, pues los manuales de estilo, más que cumplir la función de una gramática, compilan las preferencias de determinadas normas sobre otras.

Si bien existen manuales de estilo de la lengua, también se encuentran manuales especializados que buscan mantener la uniformidad del lenguaje en los textos orientados a una disciplina específica. Entre estos compendios normativos se hallan varios sobre estilo periodístico, pues en los últimos años las agencias de noticias se han preocupado por establecer normas que ayuden al periodista a mantener el equilibrio en el manejo y uso del lenguaje, además de resolver las dudas que puedan presentarse durante la elaboración del artículo. Se nombran, por mencionar algunos, los manuales de estilo del diario El País, de España; La Prensa, de Panamá; el Manual de estilo de la Sociedad Interamericana de Prensa, así como el Manual de estilo El Nacional, uno de los más importantes del país debido a la utilidad de sus consejos y normas para los redactores.

Algunos de estos compendios estilísticos son más estructurados, toman en cuenta el proceso de transformación que ha habido en la escritura periodística, y han adaptado criterios a los géneros y métodos de mayor uso actualmente para la elaboración de la noticia. Uno de ellos es el *Manual de estilo* de la Sociedad Interamericana de Prensa, que expone desde las normas del estilo periodístico (concisión, corrección, claridad, captación del interés del lector, rapidez y rigor informativo) hasta la distribución de la información en la estructura del artículo (Martínez y Santamaría, 1996).

Si se revisan los elementos que deben estar presentes en toda redacción periodística según los manuales especializados en el área, esta debe caracterizarse por ser clara, precisa y concisa; es decir, debe guardar estas pautas de estilo para que cumpla con el objetivo de todo texto informativo: transmitir el mensaje al receptor de manera clara y eficiente, además de proporcionar la información lo más completa y veraz posible. Para esto, el periodista debe tener en cuenta la gramática normativa, pues, debido al alcance de este medio, el lenguaje utilizado debe ser entendido por el lector, independientemente de su estrato social. Por esta razón, El Nacional (2014) y Martínez y Santamaría (1996) proponen que el registro utilizado debe ajustarse a la norma coloquial culta para brindar al lector una información redactada bajo los estándares de un criterio incluyente.

En el trabajo de prensa, además del registro, la información se debe situar en un contexto. Si se hace una analogía entre el proceso de escritura del periodista y el explicado por Eysenck

y Keane (2010), y se observa por etapas sin perder de vista los criterios estipulados en los manuales de periodismo, el informador debe planear un esquema que le permita responder a una serie de preguntas que abarquen todo lo que necesita describir sobre un hecho antes de comenzar su redacción. Asimismo, el cronista debe valerse de un método que le permita presentar la información en un orden lógico a medida que redacta la noticia. Además, se explican tres tipos de método: CRONOLÓGICO, que sigue un orden temporal; PIRÁMIDE INVERTIDA, que expone el contenido de manera descendente de acuerdo con su relevancia, y MIXTO, que combina los métodos señalados (Lemos, 1992).

Según Martínez y Santamaría (1996:113-114), las interrogantes por responder forman parte de la técnica del *lead* ('entrada') del relato, ampliamente utilizado en el método de la pirámide invertida, en el cual el periodista está obligado "a disciplinar su pensamiento y a proceder de acuerdo con un orden lógico en función de la importancia de los datos, lo que hace más fácil para el lector la comprensión del relato". Actualmente, la mayoría de los periodistas se suscriben a las interrogantes conocidas "como la fórmula de las *W's*, por razón de la letra inicial en inglés de los pronombres y adverbios interrogativos adecuados a cada caso". Estas pueden hacer referencia a cinco o seis preguntas fundamentales: *Who* ('quién'), *What* ('qué'), *When* ('cuándo'), *Where* ('dónde'), *Why* ('por qué'), *How* ('cómo')<sup>1</sup>, aunque Lemos (1992) afirma que son seis las preguntas que se hacen en periodismo y en el orden siguiente: ¿qué?, ¿quién?, ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿cómo? y ¿por qué?

El redactor debe usar estas herramientas para la elaboración del texto y cerciorarse de que no omita información importante, además de exponer todo lo investigado sobre un suceso de manera que el lector pueda tener las piezas necesarias para reconstruir el hecho. De la misma forma, el articulista debe revisar cada detalle de su trabajo para verificar que el contenido esté adecuado a los criterios de redacción que estipulan los manuales de estilo de esta disciplina, sin dejar de lado la gramática normativa y el correcto uso de la lengua, pues el periodista debe evitar impropiedades léxicas y otros "descuidos" en la escritura. Estos llamados 'descuidos', con los cuales se tropieza en el contenido informativo, están relacionados con construcciones sintácticas no convencionalizadas por la norma, problemas de redacción e incorrecciones del lenguaje que ocurren durante el proceso de escritura y que se deben a múltiples factores —premura, distractores, estrés, entre otros.

Actualmente, el vertiginoso desarrollo de la tecnología ha convertido el internet en el mejor aliado de los comunicadores a la hora de informar. La inmediatez de la web y de las redes sociales le permiten al lector saber todo lo que ocurre a su alrededor y en cualquier parte del mundo en cuestión de minutos, razón por la cual, el periodista —además de modificar la estructura del contenido para adaptarlo a las necesidades de los usuarios de estas plataformas— ha sacrificado la fase de revisión de su contenido para subir la información a las redes al minuto. Esta dinámica afecta la forma en que está estructurada la noticia y el vocabulario empleado se convierte en un punto de referencia para los lectores.

A partir del empleo continuo de ciertas palabras en el ámbito informativo, ha surgido un fenómeno que parece tener cada vez más difusión, y es la irrupción del uso inapropiado de algunas palabras o construcciones que han ido permeando el habla coloquial.

---

<sup>1</sup> Con respecto al número de preguntas, hay desacuerdos sobre si se debe incorporar o no el *cómo*.

## 4. METODOLOGÍA

Para delimitar todo lo observado en la redacción periodística, esta investigación se enfocó en cinco palabras encontradas en los textos informativos de forma recurrente, y que llaman la atención no solo por el uso que hacen los periodistas de ellas, sino porque estas se han extendido hasta el habla coloquial, algunas por desplazamiento semántico, y su asimilación se ha convertido en objeto de este estudio. Estas palabras son ‘colocar’, ‘realizar’, ‘aperturar’, ‘vital líquido’ y ‘femeninas’.

### 4.1 Recolección de la información: encuesta

Para analizar el fenómeno, se hicieron encuestas en la calle y en un colegio privado de la ciudad de Mérida para determinar hasta qué punto se ha extendido el nuevo uso. Esta consulta propuso cinco opciones para escoger entre ‘a’ y ‘b’, así como una pregunta específica para responder con ‘sí’ o ‘no’, según fuese el caso. La encuesta estuvo dirigida al público de todas las edades.

En el sondeo participaron 306 personas en edades comprendidas entre 11 y 77 años. El 54 % de los encuestados eran mujeres, mientras que el 46 % eran hombres. A continuación, se discrimina en los gráficos el número de personas por edad y sexo.

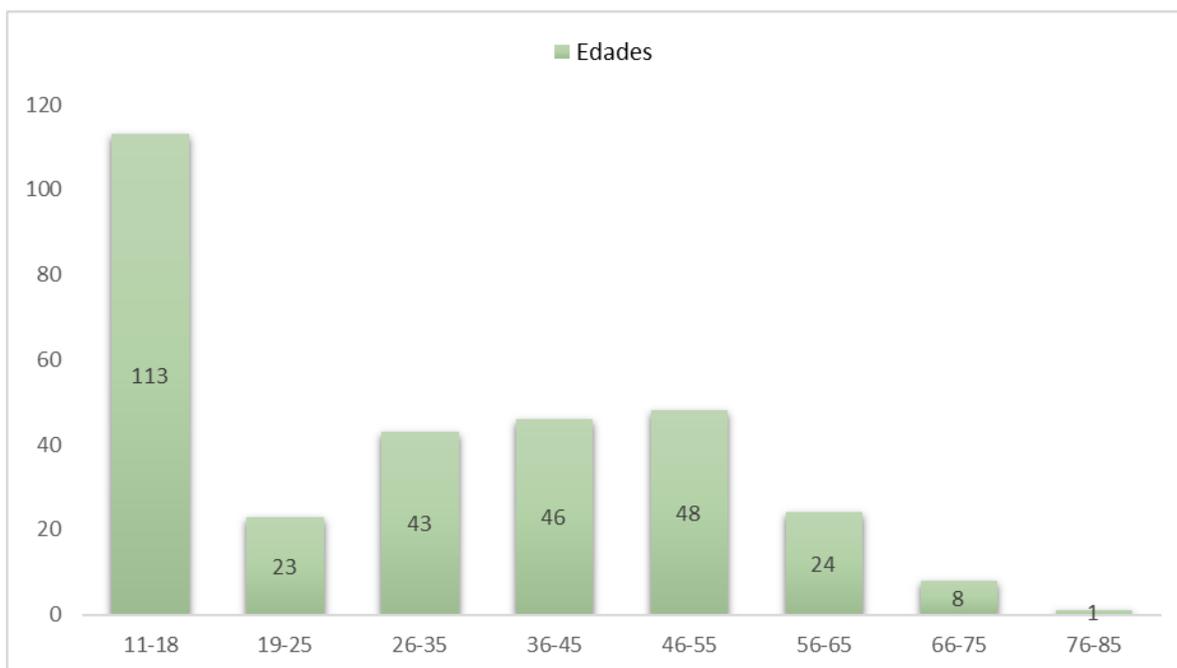
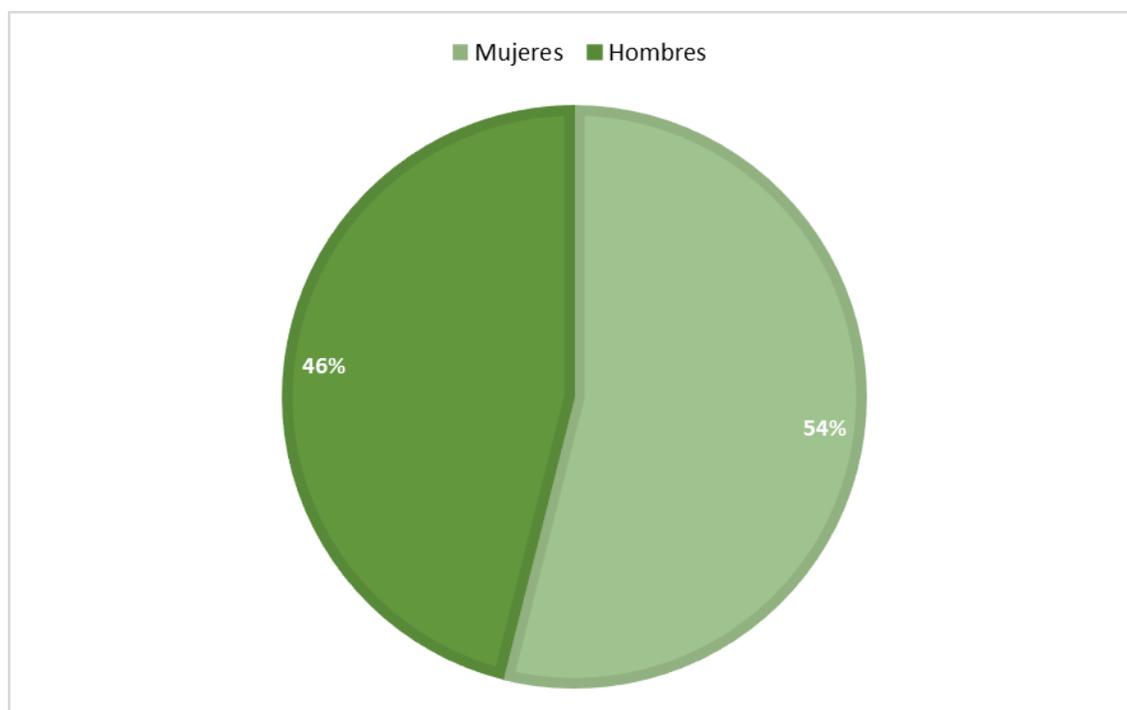


Gráfico 1. Grupos etarios



**Gráfico 2. Sexo**

Al terminar la encuesta, se les reveló a los encuestados su verdadero propósito. Ellos opinaron sobre el uso de los términos, dónde los ven o escuchan con mayor frecuencia y el por qué los usan. Se observó que el hablante —en líneas generales— consideraba “más elegante” emplear ciertos términos manejados por los comunicadores sociales a la hora de referirse a una palabra en un registro formal. Pero no solo esta percepción se limita a la sustitución de un sustantivo por otro, sino también al reemplazo de un verbo por otro, lo que ha conllevado a un uso erróneo y extendido de los verbos ‘colocar’ y ‘realizar’, la creación del verbo ‘aperturar’, así como el uso de la construcción ‘vital líquido’ y del sustantivo<sup>2</sup> ‘femeninas’.

En este sentido, cobra fuerza no solo la maquinaria de los medios con respecto a su poder de difusión, sino que se pone de manifiesto la influencia clave del portador-generador del mensaje, en este caso, el periodista, cuyo uso de la lengua —según la encuesta— los oyentes consideran no solo correcto, sino “más elegante”.

Con respecto al uso de los términos, los resultados de la encuesta revelan que los más utilizados en redes, prensa escrita y radio son ‘colocar’, ‘realizar’ y ‘vital líquido’, porque se emplean en situaciones de la vida diaria muy recurrentes y, en la medida de estas situaciones, son los que más incidencia tienen en los usuarios, en los que ‘colocar’ alcanza hasta un 49 %, ‘realizar’ un 25 % y ‘vital líquido’ 30 %.

---

<sup>2</sup> Aunque esta palabra está registrada en el DLE como un adjetivo “perteneciente o relativo a la mujer”, en este trabajo se le da la categoría de sustantivo, uso que le han dado los hablantes y los medios de comunicación.

#### 4.1.1. Colocar

El verbo ‘colocar’ se ha extendido en el habla cotidiana durante los últimos años y ha sustituido en su uso al verbo ‘poner’, en buena parte de sus acepciones. Esto no solo se trata de un fenómeno del habla cotidiana, sino que también está presente en registros formales, como el de los medios de comunicación. Su presencia también se ha hecho patente en el lenguaje académico, pues —incluso— en instituciones educativas escuchamos frases como “hay que colocarse de acuerdo”, “colóquense de pie”, “cuando el profesor se coloca a hablar con los estudiantes”, entre otras.

De acuerdo con el *Diccionario de la lengua española* (DLE), el verbo ‘colocar’ tiene cinco acepciones, de estas, solo dos coinciden con las del verbo ‘poner’. En los ejemplos anteriores, el sentido de la palabra hace referencia a la acepción 41 del verbo ‘poner’: “Comenzar a ejecutar una determinada acción” (RAE, 2010). Sin embargo, este fenómeno ocurre al relacionar el término ‘colocar’ con una noción de prestigio, ya que se ha estigmatizado el verbo ‘poner’, al cual se le asocia con un lenguaje vulgar, inadecuado para registros “más cultos”. No en vano ha quedado impresa en la memoria de buena parte del colectivo aquella frase que dice: “Las que ponen son las gallinas”.

Así, el periodista o el productor del mensaje difunde una concepción equivocada del significado del verbo ‘colocar’. No hay cuestionamiento del uso, se acepta que las personas “se colocan bravas”, que “se colocan obstáculos para no asistir a una reunión” o que “el Ejecutivo regional realiza la colocación del asfalto”. Esa falta de cuestionamiento denota un desconocimiento de la lengua, que —como ya se ha mencionado— ha minado los círculos académicos y profesionales.

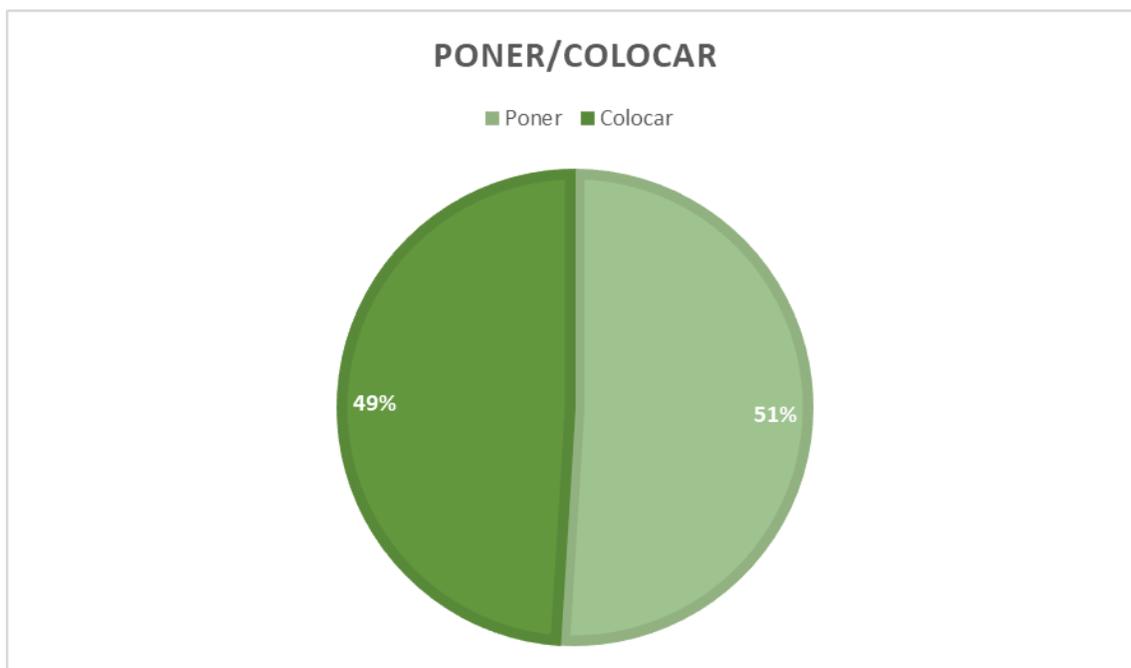


Gráfico 3. Poner/Colocar

Como lo evidencian los resultados, el 49 % de los encuestados seleccionó ‘colocar’. De ellos, la mayoría consideró que es más elegante que ‘poner’; no solo aduce una supuesta elegancia que sigue desde los medios, y por eso la afianza, sino que —además— considera la palabra poner como demasiado coloquial, pieza de un registro que ni siquiera forma parte del habla cotidiana. De hecho, algunas de las respuestas apuntan a que “no se dice poner, porque solo ponen las gallinas”. Se constata, en este caso, que la influencia de los medios se alterna y convive con una regla consuetudinaria, es decir, una idea arraigada desde el aprendizaje en la niñez; en el caso de los mayores, en una época en que el único medio disponible era la radio y, dependiendo del lugar, la prensa escrita.

A continuación, se citan publicaciones en redes sociales sobre el caso en estudio<sup>3</sup>:

“Buenas tardes, Sr. Mejía. Nos gustaría saber si su denuncia fue atendida. Formamos parte de La Voz del Lector, del diario Últimas Noticias y estamos interesados en colocar este tipo de denuncias en el periódico. Nos gustaría comunicarnos con usted” (tuVOZ, 2018).

“Y Duncan Robinson acaba de colocar la daga con este triple. A falta de 1:35 pierde Boston por 13” (Arcay, 2020).

“Via @Nahumjfernandez El @E\_CazaHueco se desplegó a la avenida La Colina del sector Los Chaguaramos, parroquia San Pedro con el fin de colocar 30 toneladas de asfalto caliente para garantizar una mejor transitabilidad para el pueblos caraqueños. #ProducirEsIndependencia” (DK, 2023).

“Tu padre! hombre Honesto, Transparente,Dedico su vida contra la corrupción @nicolaspetroB sacrificando el amor d su familia ante la ignominia d quienes han querido destruirlo,Si cometiste un error es momento d colocar la cara y reconocerlo públicamente como hombre responsable 1/1” (Rojas, 2023).

#### *4.1.2. Aperturar*

En cuanto a ‘aperturar’, el término se utiliza como sinónimo del verbo ‘abrir’, un claro desplazamiento del sustantivo ‘apertura’, transformado erróneamente en un verbo. Cabe aclarar que, a pesar de que el *Diccionario de la lengua española* registró esta palabra en diciembre de 2021 en su versión electrónica, se sigue recomendando el uso del verbo ‘abrir’, consejo que se soporta en que este uso o, más bien, mal uso, proviene de la jerga bancaria, en la que —de manera arbitraria— se impuso el término en frases como “aperturar una cuenta”, que no es lo mismo que “apertura de cuentas”.

En comentarios extraídos de Twitter, se advierte la reacción de los usuarios de esta red social a un tuit publicado por el Banco Mercantil ante la necesidad de “enmendarse” debido a su actuación como órgano difusor de este uso: “El verbo ‘aperturar’ no existe. Solo puede utilizarse ‘apertura’ como sustantivo. #BienDicho Mercantil Banco”. (Mercantil Banco, 2017). Algunos comentarios a esta publicación fueron los siguientes:

---

<sup>3</sup> Se aclara que todas las citas respetan la grafía y redacción de sus autores. Esto incluye, errores de puntuación, ortográficos y espaciados múltiples.

“Esa es la palabra más mal usada por promotores de Bancos, increíble!!” (Jeroham, 2017).  
“En mis primeros trabajos de banco (Mercantil), recuerdo se usaba mucho ‘Aperturar cuenta’ quizás fue un error, pero se usaba” (Pulgar, 2017).

“Y pensar que fue en la banca donde ‘nació’ ese verbo, ya era hora que de la banca salga la aclaratoria” (Elizabeth, 2017).

Otra evidencia del uso del sustantivo apertura como verbo por parte la banca es el siguiente:  
“#NoticiasBT | Nuestra institución ya tiene habilitado los servicios para aperturar cuentas → <https://url2.cl/QMBD4>” (Banco del Tesoro, 2020).

Sobre su utilización, ya en 2007 un usuario venezolano había consultado a la Fundéu al respecto, debido a la frecuencia con la que escuchaba esta palabra en múltiples contextos. A continuación, se presenta la pregunta y la respuesta dada por esta institución, cuyo propósito es impulsar el buen uso del español en los medios de comunicación:

Acá en Venezuela, ultimamente, en medios de comunicación, bancarios y oficiales, se oye mucho la palabra APERTURAR en lugar de abrir. Algunos ejemplos son: aperturar una cuenta de ahorro, aperturar un expediente, aperturar una calle. ¿Es correcto su uso en ese contexto?

Aperturar: Es un verbo innecesario, ya que el verbo correspondiente a “apertura” es “abrir”.

2. A partir del sustantivo apertura (‘acción de abrir’), se ha formado el verbo aperturar, que ha empezado a utilizarse en los últimos años como equivalente de abrir: “Ordeno que esos contenedores sean aperturados y revisados” (DHoy [Ec.] 8.7.97); “Ayer domingo la Cooperativa Agraria de Producción Casa Grande aperturó sus Terceros Juegos de Verano” (Comercio [Perú] 14.1.75). Es especialmente frecuente en el lenguaje bancario, donde se ha puesto de moda la expresión aperturar una cuenta, en lugar de abrir una cuenta. Su uso no está justificado y debe evitarse. (Fundación del Español Urgente [Fundéu], 2022)

Si se revisa el *Diccionario de americanismos*, aparece la definición de *aperturar*: : “tr. Ho, Ve, Pe, Bo. Inaugurar alguien algo. pop + cult → espon.” (RAE/ASALE, 2005). El diccionario indica que el uso de este sustantivo como verbo es utilizado mayoritariamente en Honduras, Venezuela, Perú y Bolivia. De igual manera, incluye marcas sociolingüísticas y pragmáticas, que revelan la aplicación de esta palabra en los sociolectos popular y culto, con un estilo de lengua espontáneo (Almansa, 2014).

Como ya se explicó, a pesar de su ingreso al *Diccionario de la lengua española*, “tanto el *Diccionario panhispánico de dudas* como la gramática académica coinciden en señalar que el uso de aperturar en lugar de abrir, especialmente habitual en el lenguaje bancario creado a partir del sustantivo apertura, no está justificado. Este mismo criterio es aplicable a reaperturar, forma que conviene sustituir por reabrir” (Fundéu, 2022). Por lo tanto, se observa que el uso del término no proviene del ámbito periodístico, sino de las corporaciones bancarias (otra figura de autoridad), por lo que su inserción en el uso de la lengua coloquial culta es mixta.

Antes de ver el gráfico que corresponde a los resultados de ‘aperturar’, es conveniente revisar dos tuits más, reacciones a la publicación de la periodista Gabriela Escovar sobre el verbo ‘colocar’, que presentamos en el apartado anterior. En ellos, los usuarios aluden a esta y otras palabras escuchadas, cuyo uso no se corresponde con su significado. Nótese que, en uno de los comentarios, el usuario se refiere a ellas como “palabras de moda” empleadas por quienes pretenden parecer más elegantes y cultos.

“Debes ‘aperturar’ tu mente para ‘colocar’ las palabras de moda entre personas que creen que así de ‘visualizan’ mas elegantes y cultas...” (Salazar, 2022).

“Me imagino que salió del mismo genio que usa \*aperturar\* por abrir y \*visualizar\* por revisar. Cómo en ‘van a aperturarle una cuenta nómina’ y ‘su bolso será visualizado al salir’” (Apóstol, 2022).

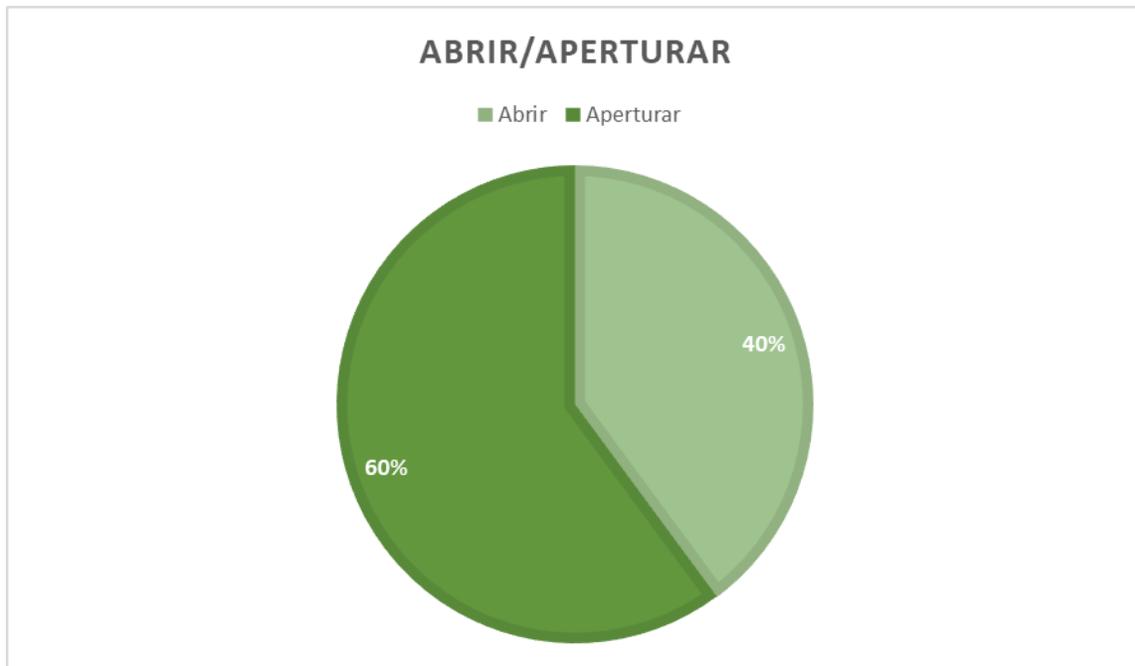


Gráfico 4. Abrir/Aperturar

En este caso, el 60 % de los encuestados eligió esta palabra y los datos demuestran que no hay limitantes de edad, pues los encuestados consideran la palabra correcta porque, en el caso de los jóvenes, “es lo que se usa cuando estás exponiendo y cosas así”, mientras que en los adultos su uso está determinado como palabra de preferencia porque “así lo dicen los periodistas”, afirmación que no solo se soporta en las conversaciones de los encuestados, quienes no conocían el objetivo de la encuesta, sino que se reafirma en las respuestas a la pregunta sobre los medios con un abrumador ‘sí’. De esta manera, se advierte con mayor fuerza la influencia de los medios de comunicación en ‘aperturar’, tal como en el siguiente caso, en que periodismo y órganos del Ejecutivo regional emplean esta palabra: “#17Nov | #Mérida Aperturado paso vehicular de manera intermitente por la Local 008 informa el Servicio Autónomo de Peajes. Vía @SapvemM 10:35am” (Quintero, 2022).

#### 4.1.3. Realizar

Un caso similar al de ‘colocar’ ocurre con el verbo ‘realizar’, cuyo significado consta de cuatro acepciones y es usado en sustitución del verbo ‘hacer’ —que tiene en su haber 58 acepciones—, así como de otros verbos echados al olvido producto de su amplia utilización. El uso del verbo ‘realizar’ es equivalente a la tercera acepción del verbo ‘hacer’: “Ejecutar, poner por obra una acción o trabajo” (RAE, 2010). Y esta, a su vez, se asimila como válida para todas las acciones ejecutadas por el emisor, de allí que no se inspeccione, sino que se “realice una inspección”; no se lea, sino que se “realice una lectura”, entre otros tantos ejemplos que se podrían mencionar.

En función de lo expresado en el párrafo anterior, es pertinente mencionar una publicación de la Fundéu sobre el abuso de este verbo, en la que —además— se ofrece una serie de palabras que ayudarían a evitar su repetición en determinados casos, recordándole al lector que siempre hay opciones para evitar este verbo comodín, gracias a la variedad de verbos en el español con significado semejante, y que pueden emplearse de acuerdo con el contexto (Fundéu, 2007).

Sobre esta discusión, se advierte que el uso de los llamados “verbos comodín son un recurso habitual en estos tiempos de pobreza de vocabulario generalizada (que los medios de comunicación, por otra parte, se empeñan en fomentar). Para cada acción solía haber un verbo... Una pena” (Giménez, 2010).

El abuso de esta palabra se evidencia en estos tuits, publicados por periodistas, cuentas de medios de comunicación e instituciones públicas:

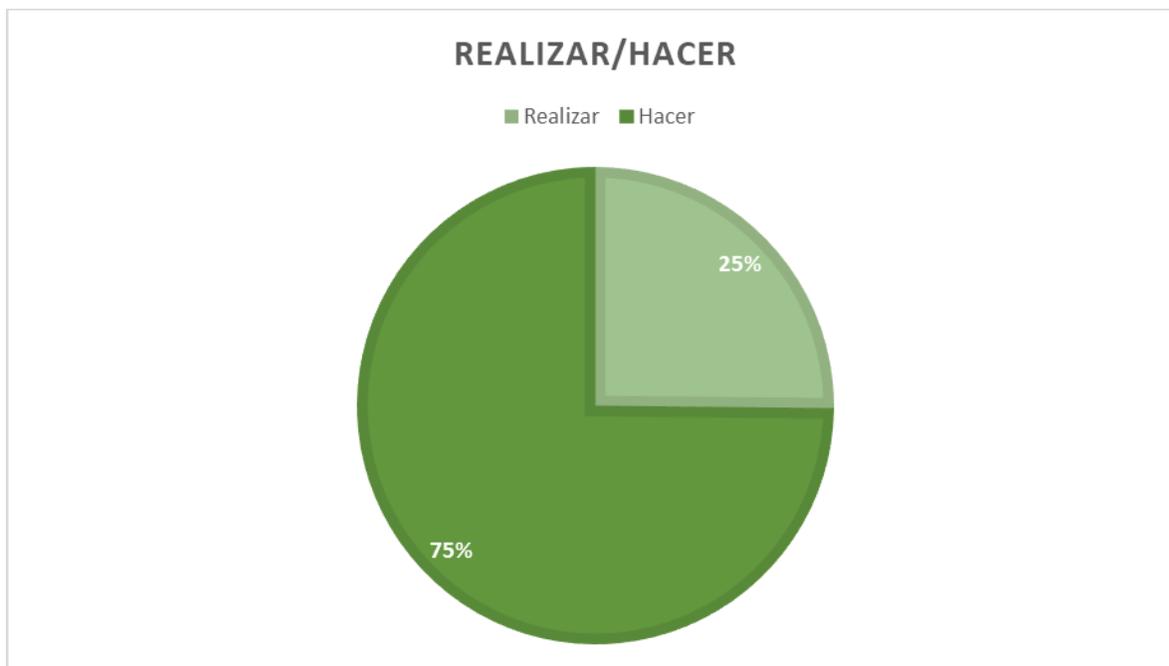
“@WinSportsTV me parece una falta de respeto y de mal gusto colocar a un periodista como @CarlosAlemanJ a relatar un partido cuando no tiene NADA que ver con eso que realizan otros, no critico al periodista aclaro, pero el televidente debe ser respetado y no colocar a cualquiera” (Cardeño, 2018).

“6;14PM | Andreina Rondon Directora de SAPVEM, informa que el paso vehicular por la local 8 (Túneles) se encuentra abierto de manera intermitente, tras los trabajos de rehabilitación realizados por la @governacion\_mrd El Gob @JEHYSONGUZMAN trabaja sin descanso” (SAPVEM MÉRIDA, 2022).

“Con restricciones se encuentra la carretera de Choroní #Maracay por los derrumbes. Los traslados de personas o pacientes se realizan a pies por las limitaciones de la carretera” (Eugenia, 2022).

“#EnVideo 📺 | Guárico | Realizan inspección en la planta de arroz Consenaca Consorcio Semillero Nacional C.A. #ProducirEsIndependencia <https://t.co/sPwDVgjkzA>” (VTV CANAL 8, 2023).

“#5Mar | #Mérida Reportan incendio forestal en la carretera hacia la Vía a Jají, grupo de rescate y bomberos en el lugar realizan extinción de las llamas. 2:45pm” (Quintero, 2023).



**Gráfico 5. Realizar/Hacer**

Como lo evidencian los resultados, el 75 % de los encuestados seleccionó ‘hacer’. Por otro lado, el 25 % restante concluyó que ‘realizar’ es más elegante porque “así lo dicen los periodistas”, esta selección tuvo mayor énfasis en personas adultas (entre 40 y 67 años); mientras que, en el ambiente escolar, ‘hacer’ goza de preferencia (entre 12 y 17 años).

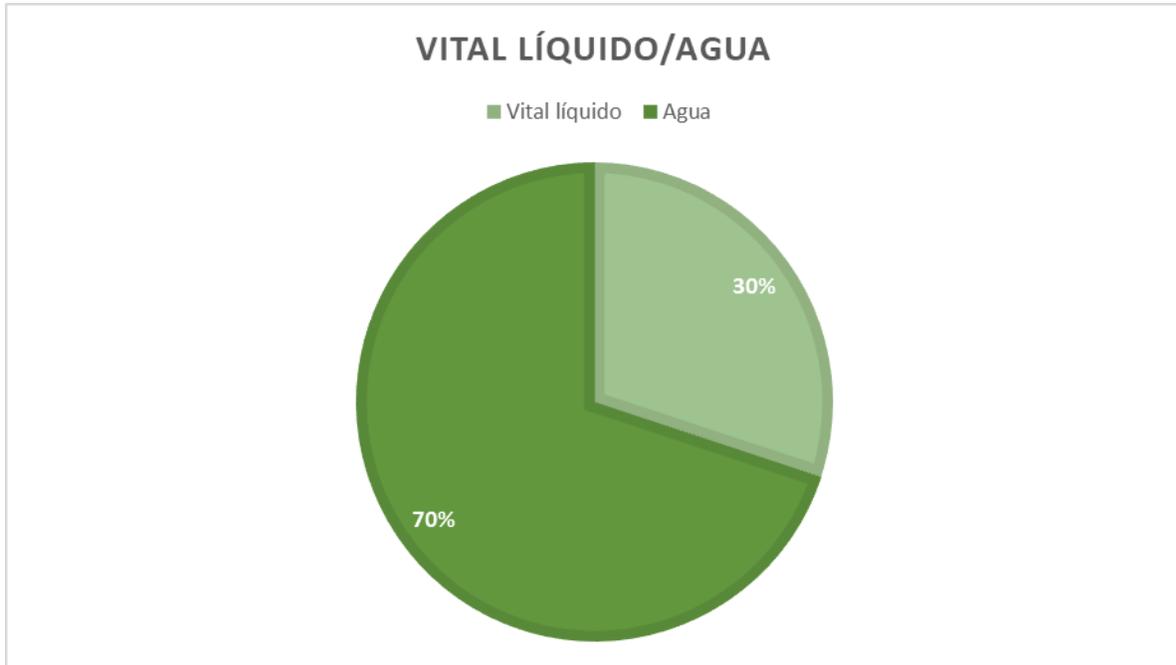
Cabe destacar que buena parte de los encuestados considera que el uso de ‘realizar’ está sobredimensionado y que no hay ninguna razón para dejar de usar ‘hacer’. Así mismo, es importante resaltar que, aunque los jóvenes tienen mayor acceso a la tecnología de internet y sus productos (redes sociales, etc.), la utilización del verbo ‘realizar’ se evidenció en menor medida que en los adultos, sobre todo en comparación con aquellos que afirmaban escuchar la radio o seguir a periodistas por redes sociales para mantenerse informados.

#### *4.1.4. Vital líquido*

El caso de ‘vital líquido’ es bastante peculiar, porque podríamos decir que se trata de un desplazamiento semántico por atribución, es decir, parte de una cualidad propia del agua, la cual cumple una función indispensable en el ciclo de vida, de manera que se reemplaza el sustantivo por la importancia que este elemento tiene para el portador del mensaje: el hombre.

‘Vital líquido’ es de uso frecuente en los medios de comunicación y redes sociales como sinónimo de ‘agua’, al punto de extenderse el uso de esta construcción hasta alcanzar otras palabras, tal como se manifiesta en una publicación difundida en Instagram por la cuenta @meridaaldiapagina sobre la situación del combustible en Mérida, donde el usuario expresó: “...por eso los ciudadanos del municipio libertador sufre para poder surtir el apreciado líquido que nos moviliza...” (Ramírez, 2023).

Además del uso de ‘vital líquido’, construcción más utilizada en los medios de comunicación, también está ‘preciado líquido’ o ‘deseado líquido’ y, de estos usos, los ejemplos dados, que denotan la necesidad del hablante de buscar una manera más “acicalada” de expresarse, contraria a la economía del lenguaje, porque, al ser usadas por figuras de autoridad en la sociedad, son vistas como un referente de lo normativo, de la lengua culta. Como ejemplo, tenemos el siguiente tuit: “Gran parte de la ciudad de #Mérida continúan sin servicio de agua. Algunos sectores tiene más de 36 horas sin recibir una gota de deseado líquido..#12May” (León, 2018).



**Gráfico 6. Vital líquido/Agua**

Esta opción tuvo el 30 % de las preferencias de los encuestados, quienes no cuestionaron el uso porque consideran ‘agua’ y ‘vital líquido’ sinónimos. Las personas abordadas no sabían cuál era la finalidad de la encuesta, pero se les dijo —como ya se explicó— que se trataba sobre el habla cotidiana, por lo que al ser preguntados sobre el uso de esta construcción en sus conversaciones argumentaron que se debía a lo leído y escuchado en los medios de comunicación y/o redes sociales de los periodistas, lo cual consideran correcto por tratarse de información proveniente de una autoridad social.

Sus argumentos fueron ratificados en la pregunta sobre los medios, en la que todos contestaron ‘sí’. Esta construcción es una realidad de desplazamiento semántico, ya no es un riesgo latente. Puede decirse —con base en los datos— que la sustitución de la palabra agua va en progreso y se está imponiendo. En este punto, es importante resaltar que ‘vital líquido’ representa un 47 % en la población adulta, que es precisamente la más expuesta a los medios de comunicación tradicionales y sigue contenido informativo en redes sociales.

A continuación, se citan publicaciones en redes sociales sobre el caso en estudio:

“#13Nov Muchas comunidades amanecieron este miércoles sin el suministro del vital líquido en varios sectores, urbanizaciones y zonas populares de la ciudad de #Mérida #SinAgua 10:50am @ReporteYa” (Quintero, 2019).

“Aragüenses sedientos buscan el vital líquido y dejan a un lado el distanciamiento social. Imágenes como estas se observan en todos los municipios de la entidad, donde persiste el problema de la escasez de agua. #Aragua” (Urbáez, 2020).

“Después de muchos años sin el vital líquido en el Palacio Municipal de @Alc\_SanCarlos anunciamos que gracias a nuestra dirección de Ingeniería nuestros trabajadores gozarán del esencial servicio para mayor comodidad. Vamos vamos San Carlos” (Mireles, 2023).

“#EnDesarrollo Informamos a la población de los municipios #Acevedo, #Plaza y #Zamora de #Miranda que los trabajos en la tubería matriz de 72’ se encuentran en un 90% en las próximas horas el servicio del vital líquido será restablecido @NicolasMaduro @RMarcoTorres @harolclemente” (Hidrocapital, 2023).

“Nuestros Articuladores Sociales sin límites en función de justicia social llevando el vital líquido a las comunidades venceremos 🌊 #ChávezCorazónDeLosPueblos #YoSoyFANB #LealesSiempreTraidoresNunca” (CMDT CATIA LA MAR, 2023).

“#02Mar Sigue los habitantes de Barquisimeto exigiendo el vital líquido que llegue a sus casas. Diferente sectores del ujanos y zonas adelañas, piden respeto a sus derechos humanos. Cuánta desidia pasará el pueblo para que tenga una solución a este grave problema” (@AlexisFRamosC, 2023).

“Señores @AquaoccidenteSA favor requiero la reconexion si es posible inmediata del servicio Favor Señores @AlcaldiaPalmira y @sicsuper ayudar requiero vuestro inconmensurable apoyo tengo un infante de 4 años y no puedo permanecer sin el vital líquido” (Pimentel, 2023).

“Sin descanso y con constancia trabajando para lograr fortalecer el servicio del vital líquido en todo el territorio nacional 💧” (MinAguas, 2023).

#### 4.1.5. Femeninas

Por su parte, el caso de ‘femeninas’ es bastante particular, al igual que ‘aperturar’, no tiene su origen de uso en los medios de comunicación, sino en la jerga militar, policial y de otros cuerpos de seguridad y rescate (figuras de autoridad). En este ámbito, ‘femeninas’ se emplea como sinónimo de ‘mujeres’, es decir, se sustituye el sexo biológico por el género, el cual tiene doble identidad: 1) Como género gramatical y 2) Como identidad psicosexual. Así, vemos cómo de una jerga restringida el término saltó a la lengua coloquial, donde se ha ido insertando y asumiendo como sinónimo de ‘mujeres’.

Lo que vemos acá es otro ejemplo de mal uso y de desplazamiento semántico que, en menor grado, se ha insertado en el uso coloquial de la lengua. Gramaticalmente, las palabras tienen género, son masculinas y femeninas —por supuesto, también existen las neutras. Desde

luego, debe tomarse en cuenta el significado registrado de esta palabra. Según el DLE, ‘femenina’, en sus primeras tres acepciones, es una cualidad propia de mujeres o relativo a ellas, no es un sinónimo de ‘mujeres’ (sexo biológico), así como la femineidad —un constructo cultural— es relativo a ‘mujeres’, pero no un sinónimo de esta palabra. Por tanto, ‘femeninas’, como sinónimo, no se soporta en el género gramatical, sino en la identidad psicosexual, que en este contexto se entiende no solo como una cualidad intrínseca del sexo biológico, también se asume como sinónimo de ‘mujeres’ en su rol biológico.

De manera que el uso que se hace en los medios de ‘femeninas’ como sinónimo de ‘mujeres’ se ha ido extrapolando al colectivo e insertándose en el uso coloquial de la lengua; una vez más, según lo constata la encuesta, no hay cuestionamiento, se acepta el uso porque se considera correcto y más elegante debido a su difusión en los medios de comunicación y, a su vez, los comunicadores —quienes difunden el mensaje— tampoco lo cuestionan.

A continuación, se citan publicaciones en redes sociales sobre el caso en estudio:

“#Sucesos Hoy será presentada en tribunales una femenina detenida por el caso #PNB 2/3” (Urbáez, 2016).

“QUE LOCA: Detenida femenina cuando intentaba sacar a recluso en una maleta del Centro Penitenciario Jose A #Anzoategui” (Reporte Policial, 2017).

“Y así, la femenina de la GNB sale con un collarín diciendo que fue agredida. Lo que se le olvidó decir es que fue por otro uniformado” (Requesens, 2018).

“#23Feb Dos GNB (una femenina y un masculino acaban de desertar en el puente Ureña, -@sincepto” (Reporte Ya, 2019).

“En el Punto de Atención al Ciudadano #PAC El Quebradón la .@merida\_gnb incautó a femenina 1,200 kilogramos de marihuana, la misma se trasladaba en vehículo de transporte público#12Nov #FANB #LeerDesbloquea #CEOFANB @CeballosIchaso. @libertad003. @ConElMazoDando” (ZODI N°22 Mérida, 2020).

“El 30 de junio tuve un incidente con GNB , me dijo hasta brutaa que me iba a buscar una femenina para ver si le iba a volver alzar la voz. Será que ese GNB tendrán las mismas bolas de ir a la cota 905 para enfrentarse con ‘El KOKI ‘ o prefiere estar en las Alcabalas ??” (Elsy R, 2021).

“#Mntv Funcionarios policiales asignados a la Unidad Departamental de Policía UDEP- #2 en cumplimiento a orden judicial y mediante allanamiento de domicilio, detienen a femenina por suponerla responsable del delito de homicidio en su grado de ejecución de tentativa inacabada” (Más Noticias Televisión, 2023).

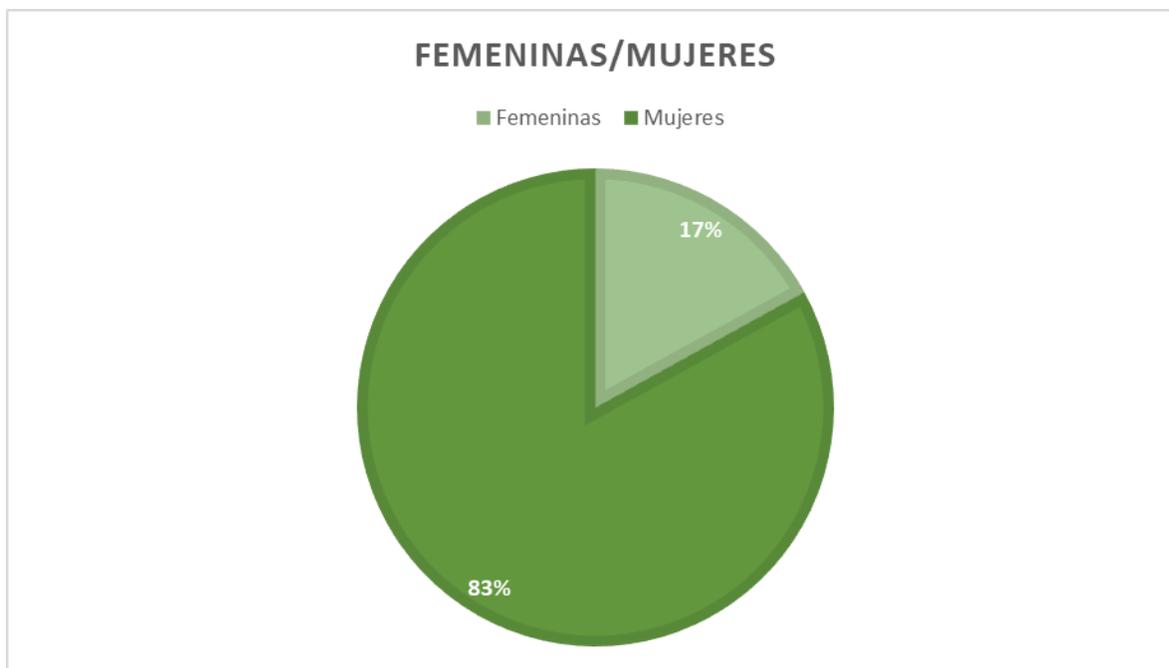


Gráfico 7. Femeninas/Mujeres

Como se aprecia en el gráfico, los datos demuestran que su uso es un fenómeno de los medios de difusión masiva. La mayoría de los encuestados, el 83 %, seleccionó 'mujeres', por considerar que es el término natural que describe a las hembras. En cambio, 17 % seleccionó femeninas como sinónimo de 'mujeres'; cuando se les habló del uso, los encuestados dijeron que lo oían en los medios de comunicación tanto de periodistas como de autoridades políticas, policiales y militares, así como de funcionarios públicos. Las respuestas inadvertidas de los encuestados demuestran la enorme influencia de los medios sobre el colectivo, pero, en este caso, la mayoría parece no simpatizar con el uso que se le da a 'femeninas'. De nuevo, si se observan solo los datos de la población adulta, esta palabra es usada por un 28 %.

#### 4.1.6. El periodista como figura de autoridad

Con base en la respuesta de los encuestados a la pregunta "¿Cree usted que los medios de comunicación influyen en el habla de las personas?", un 99 % respondió *sí*. Solo una persona de edad avanzada respondió que no consideraba que los medios de comunicación influyen en la forma en la que se expresa en la vida cotidiana.

Al igual que con los otros ítems de la encuesta, se presenta el gráfico correspondiente a esta pregunta:



Gráfico 8. Influencia de los medios de comunicación en el habla

En vista de este resultado, no podemos ignorar el papel del periodista en la transformación de la lengua ni en las connotaciones de los términos que se analizan en este trabajo. Veamos, *grosso modo*, qué dice la teoría de la comunicación al respecto.

La teoría clásica de la comunicación tiene como figura central a Harold Lasswell, quien en las primeras décadas del siglo XX y como miembro fundador de la *Mass Communication Research*, en el entorno de la Escuela de Chicago, desarrolló un método conductista en el que el emisor proponía (e imponía), a través de los medios de comunicación, opiniones y actitudes prediseñadas (cf. Aguado, 2004); partiendo de allí, el emisor —divulgador del mensaje— podía ser un gobernante, un publicista o un periodista con poder mediático.

Las propuestas modernas han rebatido esas ideas dándole prioridad a los oyentes, pero, a pesar de ello, persiste la visión psicosocial del periodista como divulgador de la verdad, un ciudadano ejemplar que, al igual que funcionarios, figuras públicas y otros profesionales que gozan de prestigio, marca un hito en la sociedad; sin embargo, más allá del trasfondo social, político y cultural de esta conducta, nuestro interés se centra en el aspecto lingüístico, y es que, efectivamente, el manejo del lenguaje que hace el periodista impacta en el colectivo. Por tanto, afirmamos que el periodista es percibido por los oyentes como una voz autorizada, lo que explica que el uso de las palabras analizadas en este artículo no sea cuestionado, ya que una voz soportada por la maquinaria mediática (la industria de los medios) dictamina su uso y significado, y como no hay cuestionamiento por parte del usuario, se desvirtúa la lengua, se sustituyen unos significados por otros y se materializa el desplazamiento semántico.

Ahora bien, ¿por qué pasa esto? Ante todo, somos conscientes del trasfondo social de este fenómeno lingüístico, y en esta línea cobra importancia el grado de formación de la mayoría de los usuarios porque, si no hay cuestionamiento del mensaje, es porque hay

desconocimiento de las normas de nuestra propia lengua —no lo ignoramos—; sabemos que es importante, pero no se ahondará en ello por cuanto nos enfocamos en la materialización del hecho lingüístico.

Volvamos al portador-generator del mensaje, el periodista. ¿Por qué razón el periodista incurre en el uso de estas palabras que nos ocupan? (‘colocar’, ‘realizar’, ‘aperturar’, ‘vital líquido’ y ‘femeninas’). Probablemente, porque se descuida la revisión de las actualizaciones de la RAE y los aspectos gramaticales de la lengua. Puede que ocurra, también, que no se sigan las recomendaciones de los manuales de estilo, pese a que la producción de ideas es prolifera, efectiva y la maquinaria mediática eficiente en cuanto a divulgación. Además, se evidencia otro indicador, la supresión de la revisión durante el proceso de escritura, ya sea por descuido o impericia. Al respecto, hemos encontrado algunas opiniones.

En su intervención durante la apertura de las VII Jornadas del Español de Canarias: Lengua y medios de comunicación, convocadas por la Academia Canaria de la Lengua y la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad de La Laguna, García (2021) resaltó la necesidad de implementar un lenguaje claro y directo, además de evitar “el mal uso del idioma (...), los errores ortográficos, la falta de cuidado con la sintaxis a la hora de escribir (...) indicador de cierto déficit formativo”. Como ejemplo, compartió una anécdota sobre un presentador de televisión que empleó el término ‘andó’, en vez de utilizar la forma correcta del pretérito perfecto simple del verbo andar, ‘anduvo’.

Para García (2021), errores de esa índole abundan en los medios, lo que suscita críticas generalizadas hacia quienes ejercen la profesión. Por ende, en su discurso, conminó a sus colegas a ser cuidadosos con el lenguaje, pues “el periodista estaba obligado a redactar y revisar sus escritos con el fin de asegurarse de que los mismos estuvieran bien logrados y pulidos”. Sobre este punto, resaltó el reto que representa para el periodista las redes sociales debido a su amplio alcance, por lo que cita al responsable de comunicación online y redes sociales del BBVA, Txema Valenzuela, respecto a la incorrección en el lenguaje en Internet, “que nos acaba arrastrando”, y quien, a su vez, agrega:

“Muchas veces los que estamos en el origen de la comunicación (las empresas), cuando emitimos notas de prensa, empezamos escribiendo mal y eso se traslada a los periódicos. A menudo se utilizan expresiones sin sentido y eso cala en la prensa”.

Del mismo modo, García (2021) cita al traductor y presentador de televisión, Xosé Castro: “La Real Academia nos sirve hasta que encendemos el ordenador. Tenemos una especie de ortografía técnica aplicada”. Además, sostiene: “Hay que superar la tentación de dejarnos llevar por esta coloquialidad de los medios sociales y contribuir a la creación de ciberalfabetos”.

Vera-Pinto (2024) expone la existencia de profesionales que privilegian la popularidad y que no cuentan con una preparación adecuada. Por ello, “carecen de capacidad de reflexión crítica y únicamente se limitan a brindar información, sin opinión propia ni menos fundamentada”, lo que considera un estilo “poco profesional o inapropiado” que “puede alejar a los destinatarios potenciales y dañar la reputación del hablante”. Aunado a ello, alude a que uno de los errores más comunes es la incapacidad para utilizar correctamente el idioma,

pues “cometen errores gramaticales, utilizan jerga y hablan de manera vaga (...) y empobrecen su lengua materna”.

Por otra parte, Petrarca (2022) va más allá y saca a relucir el manejo del lenguaje de políticos y funcionarios —también figuras de autoridad—, “y para no abundar más, los desbordes verbales de ciertos conductores y conductoras de programas radiales y televisivos, que poco o nada tienen de periodístico y mucho de show”.

En su artículo, hace referencia a los eufemismos empleados de manera recurrente por los comunicadores sociales, razón por la que apela a una cita del escritor español Javier Marías, quien fue miembro de número de la Real Academia Española y ocupó el sillón «R» hasta su fallecimiento, en 2022:

“Vocablos artificiales, nada económicos, a menudo feos y siempre hipócritas, que tan sólo constituyen aberrantes eufemismos, como si no sufriéramos ya bastantes en boca de los políticos”. Y agregaba: “Cualquier cosa que se invente acabará por resultarle denigrante a alguien. Y, lo siento mucho, pero en español quien no ve nada es un ciego (no un no vidente) y quien no oye nada es un sordo” Petrarca (2022).

En este punto, toma las palabras del periodista español Javier Lascuráin para explicar la dinámica de los medios de comunicación y la familiaridad con que la ciudadanía los maneja, así como su capacidad de aprender a través de ellos. Por tanto, hace énfasis en que “un mal uso del lenguaje por su parte puede calar fácilmente en la sociedad”.

Asimismo, se observaron otros comentarios con respecto al papel desempeñado por los comunicadores sociales en la difusión de los usos estudiados en este ensayo. Muchos usuarios de la red social X coinciden en la noción del periodista —e incluso de otras figuras de autoridad— como promotor del mal uso del lenguaje, directa o indirectamente.

“A propósito de la falta de agua en Venezuela, quiero recordarles a mis amigos periodistas y redactores que ‘el vital líquido’ no es sinónimo de agua. Es un ‘lugar común’ feo que se usa y usa y al final no dice nada” (López, 2018).

“¿A cual santo de la lingüística hay que rezar, si quiero que la gente deje de usar el epíteto ‘el vital líquido’ para referirse al agua? Digo la gente, porque los periodistas que usan ese epíteto ya están perdidos” (Malaguera, 2020).

“Feliz día solo a los periodistas que NO dicen ‘aperturar’, ‘el vital líquido’ y ‘ejercer su derecho al voto’” (Rasquín, 2021).

“Mi punto de vista es que no es una moda actual, lleva mucho tiempo arraigado, porque a la distancia, ahora escucho a familiares y a personalidades públicas cultas (no periodistas) usar el término de forma extendida; claro, nunca al nivel absurdo al que ha llegado últimamente” (Luckert, 2022).

En la universidad los profesores nos llamaban a atención por decir “poner” y bromeaban “ustedes son gallina” y consideramos personas no preparadas a los que dicen poner (Losada, 2022).

“Es terrible. Hasta en un programa de TV (el de las mujeres por IVC) dijeron ‘se colocan a hervir las zanahorias’. Toda una aberración lingüística. ‘Colócame saldo’. ‘El jugador se coloca en posición anotadora’. En fin...” (Lucena, 2022).

“Creo que le temen al verbo poner, porque lo asocian con aovar solamente y se les figura quizás vulgar, por ello dicen que se colocan perfume, o se colocan la camisa, el sombrero y hasta se colocan tristes. Muchos comunicadores sociales incurrir en este error” (Valenzuela, 2022).

Luego de todo lo planteado y visto en los gráficos, vemos que los correctivos posibles solo pueden venir de los medios de comunicación. Hasta ahora, tales correctivos no se evidencian y sigue propagándose este uso —que nos ocupa— de la lengua coloquial y del registro formal. No sabemos los alcances de este fenómeno lingüístico, pero es notable que se afecta el uso normativo de la lengua y que, cada vez, se acortan los límites entre la lengua escrita culta y el habla oral, con sus vicios y usos inadecuados.

## **5. CONCLUSIONES**

Nunca antes los medios de comunicación habían sido tan determinantes en el uso de la lengua, lo observamos a diario con el auge de las tecnologías de la información y comunicación (TIC). Esto, más allá de las fronteras sociales, es un fenómeno asociado a la cultura de los *mass media*, de los *influencers*, de los modelos que la publicidad, el marketing y los medios de comunicación transmiten al colectivo.

En vista de ello y de la necesidad de los comunicadores sociales a adaptarse a esta era tecnológica, se les preguntó a los periodistas si revisan con detenimiento sus notas luego de escribirlas; la respuesta —en su mayoría— fue negativa, prueba de ello son los errores que a veces “se les van” por la prisa al redactar, lo que demuestra que al menos uno —podrían ser más— de los procesos de escritura abordados en este artículo falla durante la redacción del contenido.

Si parte de los periodistas evidencian que escriben sus notas sin revisar con atención el producto final, esto nos lleva a concluir que tampoco hay un cuidado al abordar los aspectos formales, como la ortografía y la gramática. Con ello, el periodista no pone en manifiesto un conocimiento base lo suficientemente sólido como para identificar qué palabras están o no dentro de la norma; incluso se observan problemas de léxico que deforman el significado de ciertas acepciones.

Muchos de estos problemas léxicos y de sintaxis se exteriorizan también por la falta de criterio en la expresión periodística, con esto se hace referencia a que los redactores respetan en exceso las declaraciones de los entrevistados —generalmente, otras figuras de autoridad. Este método de transcripción textual del mensaje crea un círculo vicioso, pues todos los errores manifiestos en la declaración dada por el informante —que hubiesen podido evitarse

durante la redacción con la utilización de citas indirectas— son llevados íntegramente al lector, quien confía plenamente en el contenido difundido por el comunicador social, visto como figura de autoridad. Y, como se evidenció, aunque los usuarios u oyentes informados advierten este uso de la lengua como algo fuera de la norma, una amplia mayoría no informada los asume como usos correctos sin que haya mediación, inclusive en el gremio de la comunicación, ya que la interacción constante con los términos hace que el redactor asimile estos calcos del lenguaje informativo y los traslade al habla cotidiana.

Otro de los factores que nos demuestran la influencia de la comunicación social sobre el colectivo es el contraste entre jóvenes y adultos en el uso de algunas palabras. ‘Realizar’, por ejemplo, no ha trascendido tanto en el ámbito educativo como en los adultos, quienes afirmaron estar en contacto diario con medios de comunicación informativos: radio, prensa o cuentas en redes sociales de profesionales en el área. Esta disparidad podría deberse a que la población más joven, a pesar de estar expuesta a las plataformas tecnológicas, consume otro tipo de contenido, totalmente ajeno a los medios o a cuentas de redes sociales de carácter informativo.

Por otra parte, se observa una dinámica diferente en la utilización del verbo ‘aperturar’. En este caso, jóvenes y adultos concuerdan en que su uso es más sofisticado y —además— apropiado “si se quiere decir algo importante”, ya que su rápida propagación lo ha posicionado como un verbo válido, incorporado ya al *Diccionario de la lengua española*. Una vez más, se reafirma que la lengua está determinada por el uso y no por la norma, y que los mismos comunicadores sociales son víctimas de esta realidad, más aún, si no hay un conocimiento sólido del lenguaje ni un uso discriminado.

Finalmente, resulta contradictorio que justo cuando hay más canales para la diseminación del mensaje, este se difunda sin haber cumplido con todos los procesos de la escritura; en este sentido, no se pretende decir que de manera intencional, pero sí acentuamos que este fenómeno ocurre por la premura, el descuido de los aspectos formales de la lengua durante la redacción y —en parte— por su desconocimiento, factores que también intervienen en la manera en que el periodista presenta la información al lector sin ser totalmente conscientes del impacto comunicacional que esto representa a nivel del lenguaje, ya que no es solo el mensaje, sino también la forma en que se escribe; los porcentajes obtenidos en las encuestas así lo afirman.

## **Referencias bibliográficas**

1. Aguado, J. 2004. *Introducción a las teorías de la información y comunicación*, Universidad de Murcia. <https://www.um.es>
2. Almansa, S. 2014. Repercusión del Diccionario de americanismos en el aula de español como segunda lengua. En N. Contreras (ed.), *La enseñanza del español como LE/L2 en el siglo XXI*. Asociación para la Enseñanza del Español como Lengua Extranjera. 35-45. <https://dialnet.unirioja.es>

3. Baerlocher, C. 2013. *Los errores léxicos en textos escritos en español por alumnos universitarios brasileños en formación como profesores de Español Lengua extranjera*. <http://www.tdx.cat>
4. Diccionario de la Real Academia Española, 22 ed. 2010. Madrid: Espasa.
5. El Nacional. 2014. *Manual de estilo El Nacional*. Caracas: Editorial CEC, S. A.
6. Eysenck, M., y Keane, M. 2010. *Cognitive psychology. A student's handbook*. (6.<sup>a</sup> ed.) Canadá: Psychology Press. 442-444.
7. Fundación del Español Urgente. *Realizar, uso abusivo*. Recomendaciones. <https://www.fundeu.es>
8. Fundación del Español Urgente. *Aperturar*. Consultas. <https://www.fundeu.es>
9. Fundación del Español Urgente. *Abrir y reabrir, mejor que aperturar y reaperturar*. <https://www.fundeu.es>
10. Garachana, M. 2000. 'La revisión'. En E. Montolío (coord.), *Manual práctico de escritura académica*. Barcelona, España: Editorial Ariel, S. A. 182-210.
11. García, S. (4 de diciembre de 2021). La formación lingüística del periodista. *Espiral21*. <https://espiral21.com/la-formacion-linguistica-del-periodista/>
12. Giménez, D. 14-09-2010. Re: *Empobrecimiento*. [Comentario en el foro ¿Hacer o realizar?]. Proz.com. <https://www.proz.com>
13. Gómez T., L. 2006. *Hablar y escribir correctamente. Gramática normativa del español actual*. Madrid: Arco /Libros, S. L.
14. Lemos, L. 1992. *Redacción y estilo periodístico*. Quito: Ediciones CIESPAL.
15. Martínez, J., y Santamaría, L. 1996. *Manual de estilo*. Indiana: Inter-American Press Books.
16. Martínez, J. 2001. *Manual de estilo de la lengua española*. Gijón: Ediciones Trea, S. L.
17. Morales, F. 2014. La impropiedad léxica. En *Manual de lenguaje*. 289-354. Mérida: Consejo de Publicaciones de la Universidad de Los Andes.
18. Naranjo, J. 2011. Análisis de errores en la interlengua de estudiantes de español como lengua extranjera. Un estudio sobre la correlación de los errores con la comunicabilidad en la producción escrita de estudiantes de habla inglesa. <http://bora.uib.no>

19. Petrarca, J. (26 de junio de 2022). El lenguaje, ese recurso para un mejor periodismo. *Perfil*. <https://www.perfil.com/noticias/columnistas/el-lenguaje-ese-recurso-para-un-mejor-periodismo.phtml>
20. Pineda de Alcázar, M. 2001. Las teorías clásicas de la comunicación: Balance de sus aportes y limitaciones a la luz del siglo XXI. 17 36: *Opción*, 17(36). <https://produccioncientificaluz.org/index.php>
21. Ramírez, E. 2008. *Manual de redacción*. Providencia: Universidad UNIACC.
22. Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española. 2005. *Diccionario de Americanismos*. <https://www.asale.org>
23. Vera-Pinto, I. (2 de marzo de 2024). El habla en los comunicadores sociales. *Diario El Nortino*. <https://diarioelnortino.com/el-habla-en-los-comunicadores-sociales/>

## Referencias de redes sociales

### Aperturar

24. Apóstol, S. [@k65p]. 04-11-2022. *Me imagino que salió del mismo genio que usa \*aperturar\* por abrir y \*visualizar\* por revisar. Cómo en 'van a [Tweet]*. Twitter. <https://twitter.com/k65p/status/1588564450055172102?s=20>
25. Elizabeth. [@emarta]. 23-01-2017. *Y pensar que fue en la banca donde 'nació' ese verbo, ya era hora que de la banca salga la aclaratoria [Tweet]*. Twitter. <https://twitter.com/emarta/status/823446207611731968?s=20>
26. Jeroham, R. [@JerohamRandolf]. 23-01-2017. *Esa es la palabra más mal usada por promotores de Bancos, increíble!! [Tweet]*. Twitter. <https://twitter.com/JerohamRandolf/status/823384522200940544?s=20>
27. Mercantil Banco. 22-01-2017. *El verbo 'aperturar' no existe. Solo puede utilizarse 'apertura' como sustantivo. #BienDicho [Tweet] [Imagen adjunta]*. Twitter. <https://twitter.com/MercantilBanco/status/823331962823864322?s=20>
28. Pulgar, N. [@nancy\_pulgar]. 22-01-2017. *En mis primeros trabajos de banco (Mercantil), recuerdo se usaba mucho 'Aperturar cuenta' quizás fue un error, pero se usaba [Tweet]*. Twitter. [https://twitter.com/nancy\\_pulgar/status/823333687815180288?s=20](https://twitter.com/nancy_pulgar/status/823333687815180288?s=20)
29. Quintero, J. [@jqinteronews]. 17-11-2022. #17Nov | #Mérida *Aperturado paso vehicular de manera intermitente por la Local 008 informa el Servicio Autónomo de Peajes. Vía [Tweet] [Imágenes adjuntas]*. Twitter. <https://twitter.com/jqinteronews/status/1593262095725912073?s=20>

30. Salazar P. [@plsbotrox]. 05-11-2022. *Debes 'aperturar' tu mente para 'colocar' las palabras de moda entre personas que creen que así de 'visualizan' más elegantes* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/plsbotrox/status/1588919682119405571?s=20>

### Colocar

31. Arcay, G. [@guillearcay]. 27-09-2020. *Y Duncan Robinson acaba de colocar la daga con este triple. A falta de 1:35 pierde Boston por 13* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/guillearcay/status/1310398545640534016?s=20>

32. DK. [@Victoria13Dk]. 02-03-2023. *Via @Nahumjfernandez El @E\_CazaHueco se desplegó a la avenida La Colina del sector Los Chaguaramos, parroquia San Pedro con el* [Tweet] [Video adjunto]. Twitter. <https://twitter.com/Victoria13Dk/status/1631392887282737154?s=20>

33. Rojas, J. [@NINOLAROMPE23]. 04-03-2023. *Tu padre! hombre Honesto, Transparente, Dedico su vida contra la corrupción @nicolaspetroB sacrificando el amor d su familia ante la ignominia* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/NINOLAROMPE23/status/1632105152424337408?s=20>

34. tuVOZ. [@tuvozUN]. 12-06-2018. *Buenas tardes, Sr. Mejía. Nos gustaría saber si su denuncia fue atendida. Formamos parte de La Voz del Lector, del* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/tuvozUN/status/1006576203023740928?s=20>

### El periodista como figura de autoridad

35. López, O. [@OdeLopez]. 18-07-2018. *A propósito de la falta de agua en Venezuela, quiero recordarles a mis amigos periodistas y redactores que 'el vital* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/OdeLopez/status/1019708861089845248?s=20>

36. Losada, J. [@losada30]. 04-11-2022. *En la universidad los profesores nos llamaban a atención por decir 'poner' y bromeaban 'ustedes son gallina' y consideramos personas* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/losada30/status/1588548737009610752?s=20>

37. Lucena, I. [@lilucenab]. 04-11-2022. *Es terrible. Hasta en un programa de TV (el de las mujeres por IVC) dijeron 'se colocan a hervir las* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/ilucenab/status/1588489166060388352?s=20>

38. Luckert, G. [@ninaluckert]. 04-11-2022. *Mi punto de vista es que no es una moda actual, lleva mucho tiempo arraigado, porque a la distancia, ahora* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/ninaluckert/status/1588664935554650112?s=20>

39. Malaguera, J. [@jjmalaguera]. 15-04-2020. *¿A cual santo de la lingüística hay que rezar, si quiero que la gente deje de usar el epíteto 'el* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/jjmalaguera/status/1250551712793931777?s=20>

40. Rasquín, M. [@MarcelRasquin]. 27-06-2021. *Feliz día solo a los periodistas que NO dicen 'aperturar', 'el vital líquido' y 'ejercer su derecho al voto'* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/MarcelRasquin/status/1409217461476413443?s=20>
41. Valenzuela, J. [@Juanvale2013]. 04-11-2022. *Creo que le temen al verbo poner, porque lo asocian con aovar solamente y se les figura quizás vulgar, por* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/Juanvale2013/status/1588713488532525056?s=20>

### Femeninas

42. Elsy R. [@elsyac]. 08-07-2021. *El 30 de junio tuve un incidente con GNB, me dijo hasta brutaa que me iba a buscar una* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/elsyac/status/1413093906640683010?s=20>
43. Más Noticias Televisión. 24-02-2023. *#Mntv Funcionarios policiales asignados a la Unidad Departamental de Policía UDEP- #2 en cumplimiento a orden judicial y mediante allanamiento* [Tweet] [Imagen adjunta]. Twitter. <https://twitter.com/mntvhn/status/1629225775307038721?s=20>
44. Reporte Policial. 04-01-2017. *QUE LOCA: Detenida femenina cuando intentaba sacar a recluso en una maleta del Centro Penitenciario Jose A #Anzoategui* [Tweet] [Imagen adjunta]. Twitter. <https://twitter.com/RPolicial/status/816709176521031680?s=20>
45. Reporte Ya. 23-02-2019. *#23Feb Dos GNB (una femenina y un masculino acaban de desertar en el puente Ureña, - @sincepto* [Tweet] [Video adjunto]. Twitter. <https://twitter.com/ReporteYa/status/1099458707010867200?s=20>
46. Requesens, R. [@RRequesens]. 15-05-2018. *Y así, la femenina de la GNB sale con un collarín diciendo que fue agredida. Lo que se le olvidó* [Tweet] [Video adjunto]. Twitter. <https://twitter.com/RRequesens/status/996521961835716609?s=20>
47. Urbáez, E. [@FEDGLOCK]. 26-09-2016. *#Sucesos Hoy será presentada en tribunales una femenina detenida por el caso #PNB 2/3* [Tweet] [Imagen adjunta]. Twitter. <https://twitter.com/FEDGLOCK/status/780494257312464896?s=20>
48. ZODI N°22 Mérida. 12-11-2020. *En el Punto de Atención al Ciudadano #PAC El Quebradón la .@merida\_gnb incautó a femenina 1,200 kilogramos de marihuana, la* [Tweet] [Imágenes adjuntas]. Twitter. <https://twitter.com/ZODIMerida22/status/1326997758558035968?s=20>

### Realizar

49. Cardeno, E. [@cardeno\_david]. 09-12-2018. *@WinSportsTV me parece una falta de respeto y de mal gusto colocar a un periodista como @CarlosAlemanJ a relatar un* [Tweet]. Twitter. [https://twitter.com/cardeno\\_david/status/1049769831661268993?s=20](https://twitter.com/cardeno_david/status/1049769831661268993?s=20)
50. Eugenia. [@TorrUgenia]. 20-10-2022. *Con restricciones se encuentra la carretera de Choroni #Maracay por los derrumbes. Los traslados de personas o pacientes se realizan*

[Tweet] [Video adjunto]. Twitter.

<https://twitter.com/TorrUgenia/status/1584368465200443392?s=20>

51. Quintero, J. [@jqinteronews]. 05-03-2023. “#5Mar / #Mérida Reportan incendio forestal en la carretera hacia la Vía a Jají, grupo de rescate y bomberos en” [Tweet] [Imágenes adjuntas]. Twitter.

<https://twitter.com/jquinteronews/status/1632455635433299968?s=20>

52. SAPVEM MÉRIDA. 20-02-2022. “6:14PM / Andreina Rondon Directora de SAPVEM, informa que el paso vehicular por la local 8 (Túneles) se encuentra abierto [Tweet] [Imágenes adjuntas]. Twitter.

<https://twitter.com/SapvemM/status/1594454579638419468?s=20>

53. VTV CANAL 8. 02-03-2023. #EnVideo  / Guárico / Realizan inspección en la planta de arroz Consenaca Consorcio Semillero Nacional C.A. #ProducirEsIndependencia <https://t.co/sPwDVgjkzA> [Tweet]. Twitter.

<https://twitter.com/VTVcanal8/status/1631255532811046916?s=20>

### Vital líquido

54. @AlexisFRamosC. [@AlexisFRamosC]. 02-03-2023. “#02Mar Sigue los habitantes de Barquisimeto exigiendo el vital líquido que llegue a sus casas. Diferente sectores del ujanos y” [Tweet] [Imagen adjunta]. Twitter.

<https://twitter.com/AlexisFRamosP/status/1631315524620615681?s=20>

55. CMDT CATIA LA MAR. 03-03-2023. Nuestros Articuladores Sociales sin límites en función de justicia social llevando el vital líquido a las comunidades venceremos  #ChávezCorazónDeLosPueblos #YoSoyFANB [Tweet] [Imagen adjunta]. Twitter.

<https://twitter.com/CmdtMar/status/1631650540093427712?s=20>

56. Hidrocapital. 24-02-2023. #EnDesarrollo Informamos a la población de los municipios #Acedo, #Plaza y #Zamora de #Miranda que los trabajos en la tubería [Tweet] [Imagen adjunta]. Twitter.

<https://twitter.com/HidroCapital2/status/1629117911150338049?s=20>

57. León, L. [@leoperiodista]. 12-05-2018. Gran parte de la ciudad de #Mérida continúan sin servicio de agua. Algunos sectores tiene más de 36 horas sin [Tweet]. Twitter.

<https://twitter.com/leoperiodista/status/995257452047355905?s=20>

58. MinAguas. 28-02-2023. Sin descanso y con constancia trabajando para lograr fortalecer el servicio del vital líquido en todo el territorio nacional  [Tweet] [Tweet citado con video adjunto]. Twitter.

<https://twitter.com/minaguasoficial/status/1630511173152980994?s=20>

59. Mireles, A. [@alexandermirele]. 02-03-2023. *Después de muchos años sin el vital líquido en el Palacio Municipal de @Alc\_SanCarlos anunciamos que gracias a nuestra dirección* [Tweet] [Video adjunto]. Twitter.  
<https://twitter.com/alexandermirele/status/1631261359814987777?s=20>
60. Pimentel, J. [@pimenteljz]. 03-03-2023. *Señores @AquaoccidenteSA favor requiero la reconexion si es posible inmediata del servicio Favor Señores @AlcaldiaPalmira y @sicsuper ayudar requiero vuestro* [Tweet] [Imagen adjunta]. Twitter.  
<https://twitter.com/pimenteljz/status/1631715827786424342?s=20>
61. Quintero, J. [@jqinteronews]. 13-11-2019. *#13Nov Muchas comunidades amanecieron este miércoles sin el suministro del vital líquido en varios sectores, urbanizaciones y zonas populares de* [Tweet]. Twitter.  
<https://twitter.com/jquinteronews/status/1194629059684130823?s=20>
62. Ramírez, J. [@lalogm23]. *Las bombas deben trabajar 24 horas para poder bajar un poco las colas y otra cosa todos los carros que* [Comentario]. Instagram. 16-02-2023.  
<https://www.instagram.com/p/CnE0D4RO4IQyNT2cm978bTJgXzZZ6hFq77fEwY0/?igshid=NTdlMDg3MTY=>
63. Urbáez, E. [@FEDGLOCK]. 25-05-2020. *Aragüeños sedientos buscan el vital líquido y dejan a un lado el distanciamiento social. Imágenes como estas se observan en* [Tweet] [Imagen adjunta]. Twitter.  
<https://twitter.com/FEDGLOCK/status/1264976793154588672?s=20>

## **Anexos**

### **Encuesta**

Edad: \_\_\_\_

Sexo: \_\_\_\_

La presente encuesta tiene como objetivo conocer las preferencias de uso de algunas expresiones del español. A continuación, selecciona la respuesta de tu preferencia marcando con una X.

A. Poner o colocar: ¿Cuál de estas opciones prefieres usar?

-Ponerse de pie \_\_\_\_

-Colocarse de pie \_\_\_\_

B. Realizar o hacer: ¿Cuál de estas opciones prefieres usar?

-Realizar la cola \_\_\_\_

-Hacer la cola \_\_\_\_

C. Abrir o aperturar: ¿Cuál de estas opciones prefieres usar?

-Abren los concursos \_\_\_\_

-Aperturan los concursos \_\_\_\_

D. Vital líquido o agua: ¿Cuál de estas opciones prefieres usar?

-Se restituyó el vital líquido en el sector \_\_\_\_

-Se restituyó el agua en el sector \_\_\_\_

E. Mujer o femenina: ¿Cuál de estas opciones prefieres usar?

-Las femeninas protestan \_\_\_\_

-Las mujeres protestan \_\_\_\_

- ¿Cree usted que los medios de comunicación influyen en el habla de las personas?

Sí \_\_\_\_

No \_\_\_\_