

tema 4

LENGUA CASTELLANA Y LITERATURA

Los medios de comunicación social.

Nuevos medios y nuevos géneros textuales.

La comunicación y el uso de la lengua en Internet.



SIMBOLOGÍA UTILIZADA EN EL TEMARIO

NOTA ENLACE



Link con otros temas del temario oficial. Para que aproveches al máximo tu tiempo de estudio y para que tengas en cuenta en todo momento los bloques de contenido del temario.

CONSEJO



Indicaciones, consejos y pequeños trucos que, al margen del desarrollo expositivo del tema, pueden ayudarte en tu preparación.

PREGUNTA CLAVE



Preguntas de respuesta abierta, situadas al final de un epígrafe o fragmento del tema, cuya respuesta te da las claves para saber si has asimilado o no el fragmento que acabas de estudiar o leer.

RECORDANDO CONCEPTOS



Recordatorio de conceptos básicos o previos, que has de tener en cuenta para un óptimo estudio del tema. Nociones aclaratorias vinculadas con el tema tratado.

NOTA



Una aclaración o nota al margen de la exposición del tema. Sólo la encontrarás en casos excepcionales.

CONSULTA EN EL ANEXO



Remisión al apéndice o al anexo del temario o del tema en concreto para que amplíes la información legislativa de tu Comunidad o sobre cualquier otro aspecto relevante.

1. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

- 1.1. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS
- 1.2. ELEMENTOS PARA LA COMUNICACIÓN SOCIAL
 - 1.2.1. Internet: la «imprensa del siglo XXI»
 - 1.2.2. La Web 2.0
 - 1.2.3. El hipertexto

2. NUEVOS MEDIOS Y NUEVOS GÉNEROS TEXTUALES

- 2.1. NUEVOS MEDIOS
 - 2.1.1. Blogs
 - 2.1.2. Wikis
 - 2.1.3. Microblogging y nanoblogging
 - 2.1.4. Otros
- 2.2. NUEVOS GÉNEROS TEXTUALES
 - 2.2.1. Literatura hipertextual
 - 2.2.2. Escritura hipermedia
 - 2.2.3. Literatura colectiva
 - 2.2.4. Novelas Twitter

3. LA COMUNICACIÓN Y EL USO DE LA LENGUA EN INTERNET

- 3.1. NATIVOS DIGITALES E INMIGRANTES DIGITALES
- 3.2. CAMBIOS DE LA LENGUA CASTELLANA

INTRODUCCIÓN

El presente tema recoge los conceptos teóricos más importantes relacionados con los **medios sociales**, un campo de estudio en constante cambio y evolución, en el que se conjugan diferentes disciplinas, tales como la sociología, la psicología social, la comunicación, la semiología y la semiótica. Además, es necesario tener algún conocimiento de tecnología para comprender de qué manera se conjugan la cultura con la producción digital. Es, por tanto, un **campo multidisciplinar**, que obliga a estar atento a las nuevas herramientas de trabajo y a los contenidos digitales que se crean sin cesar en Internet.

En este tema nos centraremos en los medios sociales que ofrecen más posibilidades para la educación, así como en los que han supuesto una revolución para la lengua y la comunicación de hoy en día. Por su gran actualidad, el estudiante debe acercarse a este contenido como un primer paso para adquirir una base con que poder adentrarse en el conocimiento de los medios sociales, para experimentar, hacerlos suyos y adaptarse a las posibilidades que ofrecen a la enseñanza.



El estudio de este tema se puede completar con el tema 1, «La lengua como sistema y como instrumento de comunicación».

1. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

1.1. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS

Hoy en día, cuando hablamos de **comunicación social** nos referimos a un concepto amplísimo que abarca todas las acciones individuales o grupales de ciudadanos relacionadas con la comunicación en línea —desde el uso de redes sociales hasta la escritura en blogs, periódicos digitales, foros, chats, wikis, etc.—, es decir, todo tipo de medio o herramienta digital susceptible de ser usada en línea cuyo objetivo principal es la comunicación y la distribución de información entre ciudadanos.

La creación y el intercambio de información en la web se realiza a través de los denominados «**medios sociales**» o *social media*: «Se definen por la convergencia de individuos en redes sociales, el uso de nuevos medios y la sindicación o enlaces de ideas, escritos y otros contenidos informativos y de opinión» (Varela, 103-104). Se diferencian de los medios de comunicación de masas (*mass media*) en que el rol de los usuarios no es el de lectores pasivos que reciben información filtrada y elaborada con anterioridad, sino el de colaboradores que contribuyen a la creación de contenidos, es decir, son «**prosumidores**» o «**webactores**».



El término «prosumidor» (prosumer) fue acuñado por Toffler en 1980 y es hoy ampliamente aceptado para referirse al hecho de que los usuarios de la Red son al mismo tiempo productores y consumidores de información. Por su parte, Pisani propone el término «webactores» para referirse a que, con su interacción, los usuarios son los que marcan el camino que las distintas herramientas web van tomando.

Sus características principales son:

- Se basan en **código abierto** (*open source*).
- Utilizan herramientas de **comunicación y publicación** para facilitar la creación de contenidos *on-line* accesibles a todo el mundo.
- A través de la participación pública se establecen **comunidades virtuales**, basadas en la voluntad de intercambio libre e independiente, que sustituyen a las audiencias de los medios tradicionales de masas.
- La comunicación no es unidireccional ni de uno a muchos, sino **de muchos a muchos**.
- La comunicación deja de estar fuertemente jerarquizada y estructurada y se acerca a la oralidad y al intercambio de experiencias y opiniones, es decir, se crea **comunicación interpersonal**.
- Un efecto de la comunicación social es que el periodismo tradicional va perdiendo su autoridad canónica y su función de «guardianes» (*gatekeeper*) de la información.

A estas habría que sumar los **diez paradigmas de la e-comunicación** (Orihuela) que distinguen los *social media* de los *mass media* tradicionales en que se ha basado:

1. De la audiencia al usuario.
2. De medio a contenido.
3. De soporte/formato a multimedia.
4. De periodicidad a tiempo real.
5. De escasez a abundancia.
6. De intermediación a desintermediación.
7. De distribución a acceso.
8. De unidireccionalidad a interactividad.
9. De lineal a hipertexto.
10. De información a conocimiento.



¿Podrías explicar cuáles son los ejercicios fundamentales entre los medios de comunicación social y los de masas?

1.2. ELEMENTOS PARA LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Una serie de tecnologías de información y comunicación (TIC) han permitido la existencia de esta comunicación social en Red:

1.2.1. Internet: la «imprensa del siglo XXI»

Internet es, como ha sido denominada por Alejandro Piscitelli, la «imprensa del siglo XXI». Así como en su momento la inscripción en piedra, en papiro o en papel fueron soportes para la comunicación y la producción intelectual, hoy en día Internet es un nuevo soporte intelectual cuyas características principales son:

- **Estructura asimétrica.** Desde un punto de vista estructural, Internet no está centralizada, sino organizada en una serie de nodos y enlaces, cuya densidad crece sin parar. Existen además *clusters* (es decir, agrupamientos o racimos de nodos) y *hubs* (o concentradores, es decir, un pequeño número de nodos con una enorme cantidad de enlaces a otros nodos). Dicha estructura permite que si se cerrara una parte de la Red, automáticamente se reorganizarían los vínculos a través de la búsqueda de nuevos nodos. Todos los enlaces son unidireccionales y en esto radica la asimetría de la Red, no existe una simetría de ida y vuelta, de modo que para comprender cómo funciona es necesario observar el tráfico entre nodos, y no los nodos mismos. Esto supone un cambio en la observación científica, de una concepción estática a una dinámica relacional (Barabasi, 2002).
- **Conexión no azarosa.** Los nodos no se conectan entre sí al azar, sino que, en continua competencia, buscan otros nodos más atractivos, lo que Barabasi bautizó como *fitness* («aptitud»). El acceso a los nodos no es por tanto igualitario, se crea una especie de jerarquía desde la horizontalidad y la autoorganización en función de factores como, por ejemplo, su capacidad de crear conexiones con otros. Así, Internet tiene un carácter anárquico pero al mismo tiempo distribuido.
- **Internet es un «vivosistema»** (Kelly, 1994). Tiene vida propia y no existe un control central impuesto. Su misma organización descentralizada la hace prácticamente inmune a los ataques y su funcionamiento como organismo vivo hace que Internet tenga un carácter cuasibiológico y desdibuja la tradicional dicotomía entre biología y tecnología, cultura y naturaleza.

1.2.2. La Web 2.0

Tim O'Reilly popularizó este término en 2004 a raíz de un congreso en San Francisco en el que se sentaron las bases y se conceptualizó lo que hoy conocemos como Web 2.0. En un texto que publicaría más tarde en su propio blog bajo el título «Qué es Web 2.0», la distingue de la Web 1.0. Esta última no era flexible, se basaba en contenidos estáticos que solo cambiaban mediante la intervención puntual de su administrador, en cambio, en la Web 2.0 la información circula, el sitio no es tanto un destino como un punto de paso. La Web 2.0 es:

- **Una plataforma de uso**, con utilidades que el usuario puede emplear para las más diversas funciones, desde enviar e-mails y compartir documentos hasta hacer transacciones comerciales o mantener conversaciones telefónicas. Las aplicaciones están integradas en plataformas, lo que significa que, en lugar de que el usuario tenga que instalar un programa adicional en su ordenador, puede conectarse a una web determinada y emplearla como si fuera una aplicación.
- **Una herramienta para la interoperabilidad**. Permite la fusión de tecnologías y fuentes de información diferentes —esta fusión suele recibir el nombre de *mashups*— para crear nuevos servicios innovadores.
- **Una herramienta abierta y comunitaria**. Da acceso gratuito a todo tipo de herramientas de expertos para la publicación y la creación de material textual y audiovisual, lo que cambia no solo la manera de comunicarnos, sino también de trabajar.
- **Una herramienta dinámica para la participación**. La web permite no solo publicar, sino también modificar, añadir, eliminar en cualquier momento la información publicada, es decir, interactuar con la información de manera ilimitada. Si nos fijamos en la historia de la creación de Google, Youtube o Facebook descubrimos que todos ellos nacieron del deseo por cubrir una necesidad que su creador no encontraba en la Red. Se crearon sin un objetivo determinado y los mismos usuarios (webactores, prosumidores) han marcado su destino.
- **Comunicación «en las nubes»**. Al contrario que otros medios de comunicación, como el teléfono o el e-mail, dirigidos a un destinatario concreto del que se espera una respuesta, los medios sociales permiten enviar información dejando abierta la posibilidad de responder. Se ha pasado de una comunicación controlada a una comunicación flexible. El muro de Facebook, las entradas en blogs, los mensajes breves en Twitter son ejemplos de este tipo de comunicación.
- **Dinámica frente a mecánica**. Pisani utiliza estos dos términos para contrastar la dinámica relacional de la web, formada por «un conjunto de movimientos no controlados, no lineales, con múltiples vertientes y causado por la participación de todos» con la mecánica institucional (tales como las salas de redacción de los periódicos tradicionales), con un movimiento lineal, más lento y mejor controlado, que se apoya en una «gestión sistemática de los recursos en función de un objetivo que hay que alcanzar, antes que en una expansión desbocada, desordenada y no siempre coherente del universo relacional» (Pisani, 52). Dinámica y mecánica, dice Pisani, son dos tipos diferentes de movimientos pero que actúan concomitantemente en el espacio social.



¿Cuáles son las características principales de la Web 2.0?

1.2.3. El hipertexto

La estructura de los contenidos en la web se basa en su mayoría, o al menos en aquellos que han sido creados para la comunicación digital, en el hipertexto, es decir, en enlaces que a su vez llevan a otros hipertextos, de modo que se crea una red de textos interconectados sin límites delineados. El hipertexto es un término acuñado por Theodor H. Nelson en los años sesenta para referirse a un tipo de texto electrónico consistente en conexiones que remiten a su vez a otros textos: «Con hipertexto me refiero a una escritura no secuencial, a un texto que bifurca, que permite que el lector elija. [...] Se trata de una serie de bloques de texto conectados entre sí por nexos que forman diferentes itinerarios para el usuario» (Landow, 15). La información que relacionan los hipertextos puede ser tanto verbal como no verbal (por ejemplo, audiovisual).

En 1945, Vannevar Bush se interesó por los problemas que planteaba la organización de la información. Observó que la mente humana no funcionaba con una estructura lineal ni arborescente y señaló la importancia de poder proceder en la búsqueda de información a través de asociaciones similares a las que realiza la mente humana. Tim Berners-Lee y Robert Caillau publicaban en 1990 un texto en el que proponían al CERN (Consejo Europeo para la Investigación Nuclear) establecer un sistema que permitiera acceder a los múltiples documentos de los colaboradores: «Los textos están vinculados unos con otros de una forma que permite ir de un concepto a otro para encontrar las informaciones requeridas. La red de estos enlaces se denomina Web» (Pisani, 54).

El texto tradicional se diferencia del virtual por el uso del hipertexto. En el primero, lineal, la información está jerarquizada, en el segundo, los enlaces permiten ampliar el significado de lo leído y propagar la información. A medida que el lector se desplaza entre textos, lo hace también su enfoque y experiencia, de manera que «el hipertexto proporciona un sistema que puede centrarse una y otra vez y cuyo centro de atención provisional depende del lector, que se convierte así en un verdadero lector activo» (Landow, 24).

2. NUEVOS MEDIOS Y NUEVOS GÉNEROS TEXTUALES

2.1. NUEVOS MEDIOS

2.1.1. Blogs

Blog es un término inglés que procede de la palabra **Weblog** (web + logs = diarios web). En español se usa también el término «bitácora» que relaciona este formato con la idea de fluidez, de navegación por la Red. La blogosfera es el término con el que se conoce el conjunto de blogs existentes en la Red. Se considera 1997 como el año de su nacimiento, por varias razones: fue el año en que vio la luz *Robot Wisdom*, de Jorn Barrer, donde su autor acuñó el término Weblog para hablar de lo que estaba haciendo en su sitio web y aparecieron otros tres blogs (*Scripting News*, *Camworld* y *Rasterweb*). Desde entonces, los blogs se han convertido en un fenómeno comunicativo gracias a que transforman la información en una conversación entre el autor y sus lectores a través de los comentarios.

► Elementos de los blogs

- a) **Cabecera** donde se inserta el título y en algunas ocasiones una imagen que lo representa, una línea o un pequeño texto que lo describe brevemente.
- b) **Información básica.** Generalmente en forma de texto y acompañado de una fotografía; el autor se presenta a sí mismo y a su blog (temática, género, objetivos).
- c) **Sindicación** (RSS = *Really Simple Syndication*). Permite que un lector se suscriba para recibir las actualizaciones del blog sin tener que acudir al mismo para leer la información.
- d) **Entradas o post.** Es el contenido, organizado en anotaciones de extensión diversa, con fecha de entrada y ordenado cronológicamente (la primera entrada que se ve es la más nueva). Contienen título, fecha (a veces hora), y cuerpo, con texto principal o fotografías, vídeos, enlaces a otros sitios web, etc.
- e) **URL (*Uniform Resource Locator*)**. La URL permanente sirve para facilitar el enlace a cada una de las entradas del blog por separado desde sitios externos, lo que facilita el intercambio de información, pues permite enlazar concretamente ese contenido del blog sin necesidad de enlazar el blog completo.
- f) **Archivo y categorías.** Las entradas se archivan en función de dos parámetros: temporal (por meses o años), el «Archivo» propiamente dicho, y temático, a través de la creación de «Categorías».
- g) **Comentarios.** Van al pie de cada entrada. Tienen su propio sistema de sindicación a la que los usuarios se pueden suscribir si les interesa recibir actualizaciones sobre los últimos comentarios incluidos.
- h) **Buscador interno** que tiene la apariencia de una pestaña en la que podemos incluir los términos de búsqueda.
- i) **Enlaces externos.** Pueden ser de dos tipos: incluidos dentro del contenido o situados en las columnas. A la hora de tratar un tema en concreto el *blogger* puede decidir hiperenlazarlo a lo que dice Wikipedia o bien a lo que publica un gran medio como *El País*, lo que afecta a la representación de la temática y puede servir como eficaz herramienta ideológica y de trabajo. Entre los enlaces en columnas destaca el *blogroll*, una colección de enlaces dedicados en exclusiva a otros blogs que se suele usar para crear una comunidad/identidad en la Red.



Para analizar los blogs, de modo paralelo al análisis de textos, José Luis Orihuela (2006) propone proceder a través de una serie de preguntas que tomen en consideración los elementos recién señalados, ej. ¿Cómo se presenta el autor? ¿Cuáles son los objetivos del blog? ¿Responde su diseño a estos objetivos? ¿Incluye blogroll? ¿Enlaza con asiduidad? Etc. Consultar Ecuaderno (ver webgrafía) para más detalles.

► Características de los blogs

Manuel Castells (2010) se refiere a los blogs como un fenómeno de auto comunicación de masas (*mass-self communication*): es masivo porque tiene el potencial de llegar a una audiencia global y es «autocomunicativo» porque tanto el contenido como la emisión y la recepción son generados y seleccionados por uno mismo. Así pues, **independencia e interactividad**, junto a la **intertextualidad** forman la esencia de los blogs, que queda manifiesta en las siguientes características:

- **Autonomía.** El autor de la bitácora realiza un trabajo independiente en el que desarrolla simultáneamente el papel de editor, comentarista, moderador, reportero de calle, escritor, documentalista, fotógrafo, técnico en computadoras, relaciones públicas y administrador de redes y medios de comunicación sociales. Además, los *bloggers* pueden publicar al ritmo que les marca su propia voluntad (periodicidad variable) y aplicar la autocorrección (un *post* no es una publicación fija, puede ser borrada y editada cuantas veces se desee).
- **«Publicar, luego filtrar».** Los medios de comunicación de masas filtran y luego publican, el periodista es el «guardián» de la información y le corresponde al editor decidir qué noticias se publicarán. En los blogs son los lectores quienes deciden qué leer a través de sus clics. Al mismo tiempo, los motores de búsqueda (ejemplo, Google) crean un *ranking* de las entradas más significativas en función de la cantidad de clics, comentarios, reproducciones, veces que han sido enlazadas, etc. y las privilegia en las búsquedas de palabras clave.
- Uso de un **tono personal.** Entre el diario y la crónica, los blogs suelen desarrollar un tono cercano al testimonio y un estilo dialógico que los aleja del simple testimonio o diario así como del periodismo de masas y los hace cercanos y accesibles a diferentes públicos.
- **Hibridez de contenido.** El nombre de sus actualizaciones, *post*, explica por sí mismo el espíritu de estos «pedazos de información»: son una colección de ideas, pensamientos no relacionados, noticias, reflexiones, etc. sin un formato periodístico concreto. Además, la inclusión de contenidos digitales audiovisuales (imágenes, música y vídeos) no siempre con afán informativo, sino como elementos indisolubles del texto los convierte en un medio de comunicación esencialmente híbrido.
- **Creación de comunidad y jerarquía desde la horizontalidad.** La publicación de comentarios por los lectores y los hipervínculos, que enlazan otras páginas web y blogs, ofrecen la posibilidad de crear una pseudo-comunidad. De ahí se puede pasar incluso a la creación de una jerarquía, aunque siempre dentro del principio de horizontalidad que gobierna en la blogosfera: a más blogs que incluyen un *link* a un blog, más posibilidades se tienen de recibir visitas.
- **Relevancia del contenido.** La sindicación (RSS) y el archivo, unidos al hecho de que los motores de búsqueda privilegian aquellas páginas que despiertan mayor interés entre los lectores, hacen que algunas entradas viejas sigan siendo relevantes. En cierto modo esto los convierte en una especie de «memoria colectiva» de algunos debates abiertos en la Red.
- **Facilidad de intercambio de información.** En relación con la propiedad intelectual, una gran mayoría de blogs se adscriben a Creative Commons, que permite que cualquiera pueda usar libremente esa información siempre que no sea con afán de lucro y que se cite el origen de la misma. Se rechazan los derechos de explotación (que no de autoría) tradicionales del *copyright*, lo que permite que el contenido de muchos blogs sea replicado y copiado en otros y facilite el intercambio.



¿Qué elementos y características de los blogs son esenciales para crear una comunidad on-line?

► Tipología

Existen blogs personales, periodísticos, corporativos (de empresa), fotoblogs, videoblogs, audioblogs (con inserción de *podcasts*, documentos de audio en formato digital), edublogs (para fomentar la participación y el aprendizaje de los estudiantes por Internet) y diferentes herramientas de edición: Blogger, Wordpress, Movable Type, son las más populares.

Los blogs, por la facilidad con la que se puede integrar en ellos el texto, las imágenes y los vídeos, son hoy en día las herramientas más utilizadas para la enseñanza de humanidades.



Hay miles de recursos didácticos en Internet en forma de blogs, así como gran cantidad de escritura académica. Incluyo algunos en bibliografía anotada y webgrafía que recomiendo revisar como parte imprescindible de la tarea de profesor hoy en día.

2.1.2. Wikis

Wiki (del hawaiano Wikiwiki, que significa «rápido») es el nombre que Ward Cunningham dio en 1994 al *software* que creó para facilitar el intercambio, la revisión y la publicación de información en la web. Las wikis son páginas autoeditables para la creación de información de manera colectiva. Se adscriben al Wikimedia Foundation, una fundación sin ánimo de lucro. Han ganado tal aceptación que Wikipedia se ha convertido en uno de los sitios web más consultados y se empieza a considerar como una fuente de información altamente fiable.



Wikileaks, el sitio web que ha alcanzado gran fama debido a la publicación de papeles confidenciales y secretos de la diplomacia internacional, no pertenece a Wikimedia Foundation. A pesar de su nombre, WikiLeaks no es un sitio wiki habitual, pues los lectores no pueden editar su contenido, sino que consiste en una versión modificada del *software* wiki.

► Elementos de una wiki

- **Entrada** propia para cada concepto con su URL concreta. A cada entrada le corresponden diversas páginas: portada (donde se sitúa el cuerpo o contenido después de la última edición), discusión, historial y fuentes (que permiten ir viendo cómo se ha construido la entrada).
- **Cuerpo**. Es el contenido de la página propiamente dicho, que suele conjugar texto, imágenes y tablas estadísticas y se estructura como un texto propio de una enciclopedia tradicional, con una secuencia lineal organizada en subtemas.
- **Columna**. En ella se incluye un panel con diversas selecciones para la navegación y herramientas propias (tales como «donar» o «exportar» para crear un libro en pdf).
- **Botones**. De búsqueda, de edición (que nos permite editar y guardar la página), de historial (para seguir las diferentes versiones según las ediciones de cada usuario).

► Características

- Su tecnología se basa en un *software* **abierto** que permite a los lectores modificar el contenido, razón por la que las wikis están en constante revisión y cambio. Además, su **licencia Creative Commons** permite copiar y distribuir la información por cualquier usuario.
- Las wikis se basan en la la «**inteligencia colectiva**» (el conocimiento compartido colectivo se acerca al conocimiento real) y en el *crowdsourcing* (es decir, usar a las multitudes como fuentes).
- **Variedad de contenidos:** texto, enlaces externos, imágenes (fotografías, iconos y mapas) y tablas estadísticas.
- Debido a su acumulación rápida de conocimiento, las wikis son muy usadas para **fines educativos** así como por la comunidad académica y científica que en ocasiones colabora editando o aportando los materiales.



■ ¿En qué consiste Creative Commons y por qué puede ser útil para la educación y el trabajo de profesor?

► Tipología

Algunas de las wikis más populares son:

- **Wikipedia**, la mayor wiki pública existente, es una enciclopedia escrita por la comunidad del ciberespacio en multitud de idiomas que hoy día cuenta con millones de artículos. Su origen está en 1999 cuando James Wales decidió crear una enciclopedia en línea con un grupo de usuarios y bajo la supervisión de algunos expertos: la Nupedia. Tras dos años y poco éxito, Wales decidió incorporar al proyecto la tecnología wiki. Su filosofía es ofrecer una enciclopedia de alta calidad, de uso libre y gratuito en el mayor número posible de idiomas.
- **Wikiversidad**. Plataforma educativa para crear proyectos de aprendizaje de cualquier nivel educativo.
- **Wikimedia Commons**. Base de datos de ficheros de imágenes, vídeos, sonidos libres y reutilizables.
- **Wikisource**. Biblioteca en línea de textos originales que se encuentran en dominio público.
- **Wikilibros**. Contiene libros de texto, manuales, tutoriales u otros textos pedagógicos de contenido libre y acceso gratuito.
- **Wiktionary**. Diccionario multilingüe con múltiples apéndices por temas.

2.1.3. Microblogging y nanoblogging

Aunque por su denominación puedan parecer sinónimos, existe una gran diferencia entre *nanoblog* y *microblog*. Estos últimos básicamente consisten en blogs con un intercambio breve de información y cuya lectura se hace por ello muy rápida. Generalmente se utilizan cuando la información no requiere una gran profundidad. Forman parte de este género los *fatologs* y los *tumblelogs* (Tumblr) y están ganando una gran aceptación por parte de los más jóvenes. El *nanoblogging* consiste en un sistema de publicación en Internet para enviar mensajes breves o compartir enlaces. Su éxito ha sido tan grande, que nos detendremos más en estos últimos.



Los términos tienden a confundirse, sin embargo, es de gran importancia distinguirlos por las funciones tan diferentes que cumplen.

► Elementos

Como explica Marc Cortés (2009, 13-14), en el *nanoblogging* se dan la mano varias herramientas tecnológicas para crear un medio social totalmente nuevo:

- **Blogging:** comparte con los blogs el componente de diario personal y el orden cronológico ascendente.
- **Mensajería instantánea:** obliga a intercambiar mensajes muy breves por la limitación de caracteres, lo que permite mantener conversaciones en tiempo real en Internet, lo que lo asemeja a un chat.
- **SMS:** permite el envío y la recepción de mensajes por telefonía móvil. Ello hace que a la velocidad se una la ubicuidad.
- **Red social:** cuando uno accede a estos servicios crea un perfil personal y comienza a entrar en contacto con otros usuarios a los que «sigue» y a la vez le «siguen». Esto permite la creación de grupos en red y el establecimiento de relaciones sociales.

► Características

El *nanoblogging* es un **servicio multiplataforma**. Se pueden leer y escribir mensajes en el teléfono, ordenador y en un sinfín de aparatos con conexión a Internet sin necesidad de instalar un *software* especial.

El **límite de caracteres** intercambiados cumple una función fundamental: su objetivo principal es que la comunicación sea rápida y fluida.

En cuanto a su **utilización**, es de lo más variada:

- Manifestar lo que se hace o se siente en un determinado momento. Los usuarios lo encuentran útil para mantenerse al día con amigos.
- Compartir opiniones breves acerca de un acontecimiento con otros usuarios, tal como en una conversación informal.
- Intercambiar enlaces a recursos: noticias, informes, audiovisuales, etc.
- Fuente de aprendizaje. Por el acceso que ofrece a multitud de documentos.
- Seguimiento de eventos, conferencias, congresos, etc. A través de la creación de *hashtags* (etiquetas sobre términos clave) que los usuarios incorporan a sus comentarios es posible seguir todos los mensajes breves que se refieren a un mismo acontecimiento.

► Tipología

La extensión de los mensajes de texto suele depender de la red que se utilice para su intercambio, así una de las más populares, **Twitter**, permite el intercambio de mensajes con un máximo de 140 caracteres, en cambio otras redes españolas, como Picotea o Eskup, permiten un máximo de 160 y 280 caracteres respectivamente. Aunque en su mayoría se enfocan en la comunicación pública, otras buscan crear comunidades internas, como Yammer, nacida para mantener en contacto a través de redes privadas a los trabajadores de una misma empresa.

Twitter, que alcanzó la popularidad en marzo de 2007, es sin duda la más utilizada. Si bien inicialmente se creó como una herramienta web para expresar lo que se estaba haciendo en tiempo real, pronto se empieza a extender su uso para opinar sobre un producto o recomendar un sitio web. Las empresas observan la facilidad para compartir, cooperar y comunicar y terminan por incorporarlo a sus estrategias de *marketing*. De igual modo, los medios de comunicación masivos encuentran de inestimable valor la capacidad de intercambiar noticias en tiempo real y se lanzan al uso de Twitter y otras redes de *nanoblogging*. En ello radica su gran y rápido éxito.

2.1.4. Otros

La expansión de los medios sociales es tal que tratar en detalle todas sus características sería imposible en un solo tema. Hasta ahora hemos visto con detalle los blogs, wikis y el *nanoblogging* por una razón obvia: el gran efecto que están teniendo sobre la comunicación de masas y sobre la educación. Existen además otras herramientas que no cabe duda de que están afectando al modo en que nos relacionamos. Sin embargo, no las trataremos aquí en detalle bien porque su uso no está diseñado específicamente para la comunicación y el intercambio de información público, o bien porque, a pesar de que su uso esté muy extendido, se quedan en el ámbito de la intimidad. Además, presentaremos aquí brevemente toda una serie de herramientas útiles para la participación ciudadana que se pueden incluir dentro de los medios de comunicación social.

► Foros y chats

Son **espacios de intercambio** creados para participar en la **discusión pública** de ciertos temas alrededor de los cuales se reúnen ciudadanos con intereses similares. Los chats reproducen la conversación real al requerir una respuesta inmediata por parte del interlocutor, conversaciones efímeras que terminarán en el momento en que ambos dejen de estar conectados. Los foros reproducen un debate, aunque no requieren la presencia simultánea de los interlocutores. Al contrario que los chats, los foros crean un archivo en el que van acumulando las preguntas y respuestas de los usuarios, de modo que sirven tanto para la participación como para la consulta de información. Entre las características, destacan:

- Los foros son de autoría dispersa.
- Se estructuran temáticamente.
- Generan una comunidad hacia dentro: no buscan enlazar a sitios externos, sino que sus miembros encuentren una información concreta o bien contribuir a un debate.
- Los foros tienden a ser jerarquizados: hay editores o moderadores y diversos grados de participantes en función de su antigüedad, cantidad y calidad de sus contribuciones.

► Redes sociales

El crecimiento del uso de las redes sociales ha sido imparable en los últimos años, cuando se han creado miles de redes de todo tipo. La creación de las primeras redes de amigos son el origen de las redes sociales en la web. *Classmates.com* de 1995 permitía a la población buscar y mantenerse en contacto con sus amistades a través de la Red, así como establecer nuevas relaciones. Posteriormente, **MySpace** revolucionó el concepto de red social al permitir crear un espacio personal en la web con el objetivo no solo de mantenerse en contacto (algo que ya se podía hacer vía e-mail) sino también para compartir información, aficiones, etc. MySpace devino muy popular rápidamente, porque era una red creada por los jóvenes para los jóvenes, pero sería **Facebook** quien recogería el guante al desarrollar y extender lo que en un principio no era más que un catálogo electrónico con fotos y nombres de estudiantes universitarios. A partir de 2006, Facebook comenzó su imparable crecimiento. Su apertura al gran público en este año hizo que gente de todas las edades comenzara a subir información personal para estar en contacto e intercambiar con otros. Hoy en día es la red global más usada, con más de 500 millones de usuarios. Sus características principales son:

- Permiten crear una página personal (perfil) con información, fotografías, enlaces, etc. desde donde otros usuarios pueden interactuar.
- Si bien están siendo empleadas por los medios de comunicación, las empresas y la educación, en principio están dirigidas al uso individual como herramienta que facilita la comunicación tú a tú o entre grupos y no para la masa poblacional.

- Suelen quedarse en el ámbito de la intimidad, es decir, no se usan tanto para intercambiar noticias, sino opiniones, estados de ánimo, etc. con amigos, familiares o compañeros. Permiten por ello que el usuario sea el administrador de los contenidos y la privacidad de su propia página.
- En ocasiones integran la «comunicación en las nubes» (foro) con la comunicación simultánea (a través de un chat).
- La tipología de las redes sociales es interminable: las hay públicas, privadas, gestionadas por grandes empresas, por colectivos, por instituciones, geográficamente globales o locales, redes corporativas, redes de geolocalización, redes por intereses particulares en música, fotografía, filosofía, literatura, etc.

► Herramientas participativas

Una serie de herramientas se usan para almacenar, clasificar y compartir enlaces. Permiten subir contenidos y dotarlos de una URL propia para facilitar su intercambio. Son de muy diversos tipos:

- **Subir contenido:** permiten subir contenido digital en formato texto (Scribd), presentaciones (Slideshare), vídeos (Youtube, Vimeo, Hulu, Tubemogul), fotografías (Flickr). También hay toda una serie de sitios web cuyo principal objetivo es el intercambio de contenidos digitales no controlados por una empresa y por lo tanto no censurados ni restringidos (*Peer to peer*), hasta el momento.
- **Marcadores sociales:** recogen en un perfil personal nuestros enlaces favoritos de la Red. Sirven como archivo *on-line* y al mismo tiempo para intercambiar documentos. Algunos se usan para el intercambio y la votación de noticias (Menéame, Fresqui, Apezz), otros como archivo *on-line* de nuestros enlaces favoritos (Del.licious, StumbleUpon, Diigo, Evernote).
- **Crear contenido:** permiten crear páginas propias a partir de la información que otros suben a la Red. Aquí no se sube contenido, sino que se crea directamente a partir de la información disponible. Algunos permiten crear un periódico propio a partir de los enlaces compartidos en Twitter (paper.li), otros crear una historia/noticia propia recopilando los *twits* de nuestra elección (storify). Los hay también que ofrecen *software* que permite trabajar con textos y hojas de cálculo directamente en línea y hacerlo en equipo, como Google Docs.
- **Archivar contenido de suscripciones:** para recibir las actualizaciones de blogs, periódicos *on-line* o redes de *microblogging*, podemos usar *e-readers* en los que archivar a través de la sindicación los contenidos que nos interesen e irlos leyendo sin tener que visitar las páginas concretas. Los más populares son netvibes, Google Reader.



Emplea alguna de estas herramientas participativas para ir creándote tu propio archivo web con recursos que te gusten para preparar tus clases. Recomiendo Diigo, muy útil para archivar tus enlaces web.

2.2. NUEVOS GÉNEROS TEXTUALES

Desde la perspectiva cognitiva, la jerarquía de la información en el texto no significa que el lector construya la misma representación. Los lectores leen recorriendo sus propios caminos, es decir, crean sus propios esquemas, imágenes mentales, guiones (Bronckart, 2004). Nuestro pensamiento no funciona, como los textos, a través de una estructura lineal, sino más bien **hipertextual**, similar a los contenidos Web 2.0. La lectura y la escritura en Internet reflejan la estructura de red que utiliza nuestro pensamiento para crear ideas, enlazando conceptos sin un orden preestablecido. La aplicación de las TIC a la comunicación ha resultado en la aparición de nuevos géneros textuales. A través de los blogs, el *microblogging* y las redes sociales está naciendo una nueva

literatura que aprovecha toda la fuerza expresiva del **hipertexto** y la **multimedialidad**. Algunos de los más populares son:

2.2.1. Literatura hipertextual

Creaciones literarias en la misma Red, diseñadas empleando la estructura y los contenidos que esta ofrece porque su base es el hipertexto. Pueden contener enlaces que llevan a bloques de texto de la misma novela, creando un armazón propio, o externos. Un ejemplo de lo primero es *253*, de Geoff Ryman, St. Gelais y Audet, «una novela en Internet sobre el metro de Londres en siete coches y un choque» (<http://rima-novel.com>) que «desintegra» la información de los personajes (su aspecto físico y su psicología), sus interacciones (qué hace y qué piensan), los vagones en que viajan, etc. en diferentes páginas y corresponde al lector ir construyendo la historia a medida que viaja (replicando el movimiento de transportarse en metro) de enlace en enlace.

2.2.2. Escritura hipermedia

La hipertextualidad abre mil puertas a la creación. Al combinar lengua escrita con oralidad, música, imágenes, infografías, etc. se origina una nueva «textualidad», un código semiótico donde el significado se construye a través del recurso a los hipervínculos. El texto abandona la linealidad y se convierte en una red textual en la que se superponen los distintos recursos digitales. Es lo que se ha denominado «escritura hipermedia» para referirse a un **nuevo tipo de producción** en que gráficos, audio, vídeo y texto se entretrejen gracias a los hipervínculos. Contrasta con el concepto de multimedia, con el que se pueden denominar productos multimediales pero no por fuerza interactivos. Un ejemplo es *Patchwork girl*, de Shelley Jackson, la historia de Frankenstein contada desde una voz femenina de hoy en día. Recurre a cuatro tipos de estructuras cartográficas: el mapa, el gráfico, el esquema y el árbol. La historia está narrada en pedazos que hay que coser, al igual que los pedazos en que está dividida la protagonista. Contiene enlaces internos a diferentes partes de la obra y a citas de textos de otros (disrupción narrativa), que se van cosiendo a medida que se leen, consigue un equilibrio entre coherencia y desconexión y usa imágenes textuales que se van formando a través de la consumición de las palabras, la música, las imágenes, etc.

2.2.3. Literatura colectiva

La participación en la Red puede ser explotada con fines literarios. Una de las experiencias más interesantes es la escritura colaborativa, en que un autor lanza una idea (título, trama, primer párrafo, etc.) y los usuarios van completándola. En *Sigue la historia* (<http://www.siguelahistoria.com/>) los usuarios registrados participan y podemos encontrar multitud de obras.

2.2.4. Novelas Twitter

Gracias a las redes sociales se puede jugar con la identidad de los autores y con la multiplicidad de voces. A través de distintas redes sociales se han empleado estas nuevas posibilidades para crear novelas, pero quizás en Twitter sea donde más éxito han tenido. Ejemplos de estas son las «Novelas Twitter». La restricción a 140 caracteres invitó a la creación de haikus y poemas breves, pero posteriormente supuso un reto atractivo para la creación de novelas, escritas en capítulos de 140 caracteres. Algunos ejemplos de obras individuales son: *Serial Chicken*, de Jordi Cervera, la primera novela Twitter de España o *My Life in Tweets*, la autobiografía de James Bridle. Un *hashtag* («etiquetas») permite la multivocalidad y la autoría múltiple. Es el caso de la novela *El espejo*, escrita en agosto de 2009 gracias a los tweets dispersos que usaron el *hashtag* #elespejo y recopilados por el mexicano Jordi Cohen (@jcohen77) o la última iniciativa del cineasta Tim Burton, que invita a sus seguidores a escribir #Burtonstory (http://burtonstory.com/static/PDF/BurtonStory_Printable_Final.pdf).



La creación en Internet está en continua evolución. Es posible que desde el momento en que se escribió este temario hasta el momento en que lo tengas entre tus manos hayan surgido novedades. No dejes de estar al día.

3. LA COMUNICACIÓN Y EL USO DE LA LENGUA EN INTERNET

La lengua española es la tercera en la Red después del inglés y el chino. Aproximadamente ocho millones de españoles leen la prensa en Internet y unos tres millones, a través de dispositivos móviles: la Red se ha convertido en el medio habitual de difusión de la lengua y de los hábitos lingüísticos. Son razones por las que el conocimiento de cómo se está usando la lengua en Internet es indispensable para los profesores.

3.1. NATIVOS DIGITALES E INMIGRANTES DIGITALES

Hablamos de «**inmigrantes digitales**» al referirnos a quienes han adquirido gran parte de sus conocimientos a través de la exposición a la estructura lineal de textos y productos audiovisuales. Los «**nativos digitales**» han nacido en la era de Internet y su acceso al conocimiento ha venido marcado desde la infancia por este medio (los términos se los debemos a Mark Prensky, 2001). Usa este término para referirse a los individuos que nacieron con el mundo digital. Según Prensky, existen 17 campos en que los «nativos digitales» interactúan con la tecnología de manera diferente a los «inmigrantes digitales», por ejemplo, en los SMS, escritos con una sola mano y con una ortografía nueva, creada para poder comunicarse con mayor velocidad, y convertida en un código incomprendible para los inmigrantes digitales. Asimismo, los nativos suelen mantener varias conversaciones simultáneas o leer, mirar fotografías y escribir al mismo tiempo en Internet, a través de varias ventanas abiertas, algo difícil para los inmigrantes digitales, que prefieren mantener una conversación o completar una tarea hasta que sienten que han concluido. Además, dice Prensky, el exceso de información no les preocupa: «A diferencia de sus padres, que solían querer mantener en secreto cualquier información que tuvieran (“El conocimiento es poder” era su divisa), a los nativos digitales les gusta compartir y difundir la información en cuanto la reciben (quizá “Compartir el conocimiento es poder” podría ser su divisa implícita)» (Pisani, 40). Existe una ruptura generacional en el uso que hacen de la web unos y otros. Por ejemplo, los nativos digitales construyen su identidad personal a través de las redes sociales y de los blogs al margen de mecanismos institucionales tradicionales (escuela, barrio, clubes deportivos, etc.).



¿En qué se diferencian los nativos de los inmigrantes digitales y por qué es importante tenerlo en cuenta para la enseñanza?

3.2. CAMBIOS DE LA LENGUA CASTELLANA

Los nativos digitales son los principales impulsores de los cambios semánticos y los creadores de nueva simbología y ortografía para comunicarse en la Red, aunque los inmigrantes digitales se adaptan con rapidez a los cambios y los incorporan a su repertorio. A rasgos generales se observa que:

- El **registro** dominante es el **informal**, a caballo entre escritura y oralidad.
- Existe una notable **relajación** en las **formalidades sociales** y una simplificación de las fórmulas de tratamiento.
- El uso del **subjuntivo se simplifica** y tiende a reducirse a las formas simples o al presente.

Pero, además, existe toda una serie de características léxico-semánticas exclusivas de la escritura digital:

- a) La necesidad de suplir la falta de contacto visual ha llevado al desarrollo de un **nuevo sistema de símbolos**, que son universales y para crearlos se emplean signos de puntuación que tratan de imitar a los emoticonos. Algunos de los más comunes son:
 - [:B] Ironía
 - [xD] o [XD] Risa
 - [:(] Tristeza
 - [:)] [:-] [:>] Alegría, sonrisa
 - [;)] Guiño
- b) **Presencia abundante de anglicismos**. Dentro de estos se pueden distinguir diversas maneras de incorporarlos:
 - **Anglicismos** «crudos», es decir, los que forman parte de la lengua española sin acusar ninguna adaptación concreta a nuestra fonética u ortografía: *e-mail, troll, spam, geek, gamer, hacker, spoiler*.
 - **Acrónimos**: BB (*bye-bye* o *blackberry*), DW (*Don't worry*), LOL (*Laughing Out Loud*), OMG (*Oh, my god*).
- c) **Neologismos**. Proceden principalmente del inglés. Se tiende a crear verbos a partir de sustantivos en inglés más la desinencia verbal española: *banear, kickear, bloguear, linkear, loguear*, etc.
- d) **Acrónimos** y palabras cortadas: TQM (Te quiero mucho), TB (también), TP (tampoco), FB (Facebook).
- e) Incorporación de **sustituciones léxicas**: Salu2, Ade+ y **grafémicas**: ke, kiero.
- f) **Otros efectos**: E s p a c i a d o i n u s u a l (crea expresividad) USO DE MAYÚSCULAS (significa grito) y escritura con dibujos («Hace ?») son algunos de los más populares.
- g) **Twittergrafía**: El uso tan extendido de Twitter ha llevado a crear un estilo propio, una «twittergrafía» (Tascón) que combina símbolos, sustituciones léxicas y efectos gráficos.

CONCLUSIÓN

Los instrumentos y los nuevos géneros de comunicación social desafían el modelo de comunicación de masas tradicional y la producción de contenidos textuales y audiovisuales existentes antes de la Web 2.0.

La Web 2.0 permite crear una «educación participativa» que rompa con la unidireccionalidad profesor-alumno a favor de un aprendizaje colaborativo en que todos los participantes aporten algo en la construcción del conocimiento. Las TIC contribuyen a reforzar el enfoque comunicativo de la enseñanza, a la descentralización del proceso de aprendizaje y a facilitar la labor del profesor como administrador del conocimiento más que como fuente de saber. Ahora Internet ha irrumpido como principal fuente de saber y todos los estudiantes tienen acceso a ella, lo cual supone una herramienta muy útil al tiempo que un reto para el profesor (generalmente inmigrante digital), que debe conocerla y manejarla con comodidad para poder guiar a los estudiantes (nativos digitales).

Los blogs, las wikis, las redes sociales y todas las herramientas web a nuestra disposición nos ayudan a estructurar una enseñanza participativa tanto como nos obligan a cambiar nuestro enfoque metodológico y pedagógico para adaptarlo a la nueva manera de aprehender e intercambiar la información por parte de los nativos digitales.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA REFERIDA

- BARABÁSI, Albert-László (2002): *Linked. How Everything is Connected to Everything Else and What It Means for Business, Science and Everyday life*. Nueva York: Penguin.
- BRONCKART, Jean-Paul (2004): *Actividad verbal, textos y discursos. Por un interaccionismo socio-discursivo*. Madrid: Fundación Infancia y Aprendizaje.
- CASTELLS, Manuel (2010): *The rise of the network society. Volume 1. Economy, Society and Culture*. West Sussex, UK: Blackwell Publishing Ltd.
- CORTÉS, Marc (2009): *Nanoblogging*. Barcelona: UOC, 2009.
- KELLY, Kevin (1994): *Out of Control. The rise of neobiological civilization*. Cambridge, MA: Perseus Books.
- LANDOW, George P. (1995): *Hipertexto*. Barcelona: Paidós.
- O'REILLY, Tim (2005): «What is Web 2.0». *O'Reilly.com*. 30/09/2005
<http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>
- ORIHUELA, José Luis (2003): «Blogging and the e-Communication paradigms», *BlogTalk: A European Weblog Conference*. Viena.
- PISANI, Francis y PIOTET, Dominique (2008): *La alquimia de las multitudes. Cómo la web está cambiando el mundo*. Barcelona: Paidós.
- PISCITELLI, Alejandro (2005): *Internet: La imprenta del Siglo XXI*. Barcelona: Gedisa.
- PRENSKY, Marc (2001): «Digital Natives, Digital Immigrants», *On the Horizon*. MCB University Press, vol. 9, n.º 5, octubre.
- ROJO, Guillermo y SÁNCHEZ, Mercedes (2010): *El español en la Red*. Barcelona: Ariel.
- SCOLARI, Carlos (2008): *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- TASCÓN, Mario (2010): «Nace #Twittergrafía, un experimento de Twitter para mejorar las estrategias de escritura y comunicación», *Visualmente* 27/10/2010 <http://visualmente.blogspot.com/2010/10/nace-twittergrafia-un-experimento-en.html>.
- TOFFLER, Alvin (1980): *The Third Wave*. Nueva York: Bantam Books.
- TORTOSA, Virgilio (ed.) (2008): *Escrituras Digitales. Tecnologías de la creación en la era virtual*. Publicaciones de la Universidad de Alicante.
- VARELA, Juan, J. L. Orihuela et ál. (2006): *Blogs. La conversación en Internet que está revolucionando medios, empresas y ciudadanos*. Madrid: ESIC.

BIBLIOGRAFÍA COMENTADA

BLOOD, Rebecca (2002): *The Weblog Handbook: Practical advice on creating and maintaining your blog*. Cambridge, MA: Perseus Publishing.

Manual imprescindible con todo lo que debes saber para crear tu propio blog. Puedes encontrar un resumen con los mejores consejos y en español en este enlace: http://www.rebeccablood.net/essays/ten_tips_espanol.html.

CABRERA GONZÁLEZ, M. Ángeles (2010): *Evolución tecnológica y cibermedios*. Zamora: Comunicación social.

Es la colección de ensayos más actual escrita en España sobre la influencia que la evolución tecnológica ha tenido en la comunicación mediática.

LARA, Tíscar (2005): «Blogs para educar. Uso de los blogs en una pedagogía constructivista», *Telos*, n.º 65, págs. 86-93.

Analizan de qué manera los blogs favorecen el aprendizaje dentro de una pedagogía constructivista para que los estudiantes «aprendan a aprender». Se puede encontrar además publicado en el blog de la misma autora: <http://tiscar.com/blogs-para-educar/>.

WILLIS, Chris y BOWMAN, Shayne (2003): *We Media: How audiences are shaping the future of news and information*. Reston, VA: The Media Center at the American Press Institute.

Obra canónica sobre la participación ciudadana en la Red, especialmente interesante para entender de qué manera se han desarrollado históricamente los medios sociales. Disponible en español en: <http://www.hypergene.net/wemedia/espanol.php>

WEBGRAFÍA

<http://www.soyunamarca.com/2010/11/59-herramientas-de-social-media/>

59 herramientas de *social media*: Recoge herramientas útiles para la comunicación social. Para comenzar.

<http://www.interactividad.org/>

Blog Interactividad.org: Reflexión, ejemplos y nuevas tendencias sobre *social media* y Web 2.0. Para estar al día.

<http://www.digitalismo.com/>

Digitalismo: Blog de Hugo Pardo Kuklinski y Carlos Scolari. Para profundizar en los fenómenos comunicativos en la Web 2.0.

<http://www.educacontic.es/>

Educacontic.es: Blog sobre el uso de Internet en las aulas, lleno de ideas útiles para la enseñanza.

<http://www.eduteka.org>

Eduteka.org: Aunque trate sobre el uso de TIC para las aulas de educación básica y media, tiene muchas ideas también para cursos superiores. Dentro de la cantidad de recursos que ofrece este blog, recomiendo consultar «Usos educativos de los wikis»: <http://www.eduteka.org/WikisEducacion.php>

<http://blogsaldehuela.wordpress.com/glosario/>

Glosario Web 2.0: Imprescindible glosario preparado por Martín Aldehuela para comprender todos aquellos términos de *social media* que siempre quisiste saber qué significaban.

<http://bitacoras.com/informe/10>

Informe sobre el estado de la blogosfera hispana de Bitacoras.com: Es el informe de referencia sobre el estado de la blogosfera hispana, que se actualiza cada año. Recomendable para comenzar a profundizar en el mundo de los blogs.

http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_social_networking_websites

Lista de redes sociales existentes hoy en día con datos actualizados: Con datos totalmente actualizados por los mismos usuarios y tomados por Alexa es imprescindible para conocer el estado de las redes sociales.

<http://www.ecuaderno.com>

Ecuaderno. El blog de José Luis Orihuela: Blog de referencia e imprescindible consulta para saber lo que se cuece en Twitter y en la blogosfera global.

<http://hipermediaciones.com/>

Hipermediaciones. El blog de Carlos Scolari: Blog cargado con análisis, reflexiones y recursos acerca de la escritura en Internet, del que beber si necesitas conceptualizar teóricamente los fenómenos de comunicación social.

<http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/>

Observatorio tecnológico Escuela 2.0: Espacio de colaboración para el profesorado, creado por el Ministerio de Educación, basado en la observación de la tecnología informática y lleno de *software* muy útil. Una de las entradas que recomiendo dentro del mismo es **el Monográfico «Blogs en la educación»**: <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/ca/internet/recursos-online/528-monografico-blogs-en-la-educacion>

<http://www.pewinternet.org>

PEW Internet and American Life Project: Sitio de referencia a nivel global para consultar datos sobre todo tipo de medios sociales e Internet. Aunque se trate sobre Estados Unidos, sus recursos son muy útiles para comprender cómo los medios sociales están cambinado el mundo. Recomiendo leer el informe «The Strenght of Internet Ties. Pew Internet Project and American Life Project» para comenzar y seguir consultando en la página, que se actualiza continuamente con nuevos informes. <http://www.pewinternet.org/Reports/2006/The-Strength-of-Internet-Ties.aspx>

RESUMEN

Los medios de comunicación social. Nuevos medios y nuevos géneros textuales. La comunicación y el uso de la lengua en Internet.

1. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

1.1. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS

Medios o herramientas digitales en línea que tienen como objetivo principal la distribución de la información y la comunicación entre ciudadanos. Se distinguen de los *mass media* en que los usuarios son colaboradores que contribuyen a la creación de contenidos (webactores o prosumidores). Usan código abierto, fomentan la participación ciudadana, crean comunidades y la comunicación es de muchos a muchos e interpersonal. Orihuela establece diez principios de la comunicación *on-line*.

1.2. ELEMENTOS PARA LA COMUNICACIÓN SOCIAL

1.2.1. Internet: la «imprensa del siglo XXI»

Internet tiene una estructura asimétrica no centralizada, organizada en una serie de nodos y enlaces, *clusters* (agrupamientos de nodos) y *hubs* (concentradores). Todos los enlaces son unidireccionales y su conexión no es igualitaria ni azarosa, sino que va en función de la «aptitud» que estos tengan para crear otras conexiones. Internet tiene por ello un carácter anárquico y autoorganizado, local y distribuido, con vida propia, es un «vivisistema».

1.2.2. La Web 2.0

Interoperabilidad, participación, apertura, comunidad, son algunas de sus características. La web es una plataforma de utilidades, que permite la fusión de tecnologías y fuentes de información diferentes para crear nuevos servicios, proporciona herramientas de expertos a todos los ciudadanos, se crea a medida que se interactúa en ella y se basa en una dinámica relacional.

1.2.3. El hipertexto

Escritura no secuencial, basada en la superposición e hipervinculación. Los textos virtuales remiten a otros a través de los enlaces, lo que permite ampliar el significado de lo leído y propagar la información.

2. NUEVOS MEDIOS Y NUEVOS GÉNEROS TEXTUALES

2.1. NUEVOS MEDIOS

2.1.1. Blogs

Los blogs (web + log = diario en la Red) transforman la información en una conversación entre el autor y sus lectores gracias a los comentarios. Independencia, interactividad e intertextualidad son su esencia. Los blogs se caracterizan por su autonomía, tono personal, publicidad variable, autocorrección, hibridez de contenido, publicación antes de filtración, etc. Existen multitud de tipos.

2.1.2. Wikis

Son páginas autoeditables para la creación de información de manera colectiva. Usan licencia Creative Commons que permite a los lectores modificar el contenido. Variedad de contenidos, *crowdsourcing* y fines educativos son algunas de sus características más destacables. Wikipedia, wikidiversidad, wikisource, wikilibros, wiktory son las más populares.

2.1.3. Microblogging y nanoblogging

Microblogs son blogs con un intercambio breve de información y cuya lectura se hace muy rápida para información que no requiere profundidad. *Nanoblogging* consiste en la publicación en Internet de mensajes breves e intercambio de enlaces entre usuarios. Es un servicio multiplataforma que combina el *blogging* con la mensajería instantánea, los SMS y las redes sociales.

2.1.4. Otros

Los foros y chats son espacios para participar en la discusión pública: los chats replican la conversación real al requerir la respuesta inmediata del interlocutor y los foros son comunicación «en las nubes», que crean un archivo y requieren un moderador. Su diversidad es tan amplia como los intereses de la ciudadanía.

Las redes sociales son herramientas que facilitan la comunicación tú a tú. Suelen quedarse en el ámbito de la intimidad. Permiten crear una página personal (perfil) con información personal, fotografías, enlaces, etc. desde donde otros usuarios pueden interactuar. La tipología de las redes sociales es interminable.

Hay toda una serie de herramientas participativas que permiten subir contenidos y dotarlos de una URL propia para facilitar su intercambio. Son de muy diversos tipos, en función de si deseamos subir, marcar, crear o suscribirse a contenido, pero todas tienen en común el deseo de compartir esa información.

2.2. NUEVOS GÉNEROS TEXTUALES

2.2.1. Literatura hipertextual

Es literatura en línea cuya base es el hipertexto y son construidas por el lector a medida que navega por el armazón o la red de enlaces.

2.2.2. Escritura hipermedia

Los gráficos, el audio, el vídeo, el texto y los hipervínculos se entretajan y requieren que el lector a través de su acción les otorgue un significado.

2.2.3. Literatura colectiva

Escritura colaborativa, en que un autor lanza una idea (título, trama, primer párrafo, etc.) y los usuarios registrados van completándola.

2.2.4. Novelas Twitter

Escritas en 140 caracteres, pueden ser individuales o desarrollarse gracias a la colaboración de la comunidad, por ejemplo, a través del uso de un *hashtag* o etiqueta.

3. LA COMUNICACIÓN Y EL USO DE LA LENGUA EN INTERNET

Es necesario distinguir entre el uso que hacen los nativos y los inmigrantes digitales de la lengua en Internet. Se ha creado toda una nueva manera de comunicarse para suplir la falta de contacto visual (símbolos que imitan gestos humanos), adaptarse a las restricciones de caracteres (*twittergrafía*), se han incorporado anglicismos, creado neologismos y acrónimos, se producen sustituciones léxicas y gráficas, etc.

3.1. NATIVOS DIGITALES E INMIGRANTES DIGITALES

■ Inmigrantes digitales:

Quienes han adquirido gran parte de sus conocimientos a través de la exposición a la estructura lineal de textos y productos audiovisuales.

■ Nativos digitales:

Han nacido en la era de Internet y su acceso al conocimiento ha venido marcado desde la infancia por este medio.

3.2. CAMBIOS DE LA LENGUA CASTELLANA

- a) Nuevo sistema de símbolos.
- b) Presencia abundante de anglicismos.
- c) Neologismos.
- d) Acrónimos.
- e) Sustituciones léxicas.
- f) Otros efectos.
- g) Twittergrafía.

AUTOEVALUACIÓN

1. Selecciona la afirmación correcta:

- a. La comunicación social es de uno a muchos.
- b. La comunicación social se estudia por el campo de la semiología.
- c. La comunicación social es la comunicación ciudadana en línea.
- d. En la comunicación social los usuarios son audiencia.

2. De los siguientes, ¿cuál NO es un paradigma de la e-comunicación según Orihuela?

- a. De la audiencia al usuario.
- b. De interactividad a unidireccionalidad.
- c. De escasez a abundancia.
- d. De periodicidad a tiempo real.

3. De los siguientes medios sociales, ¿cuáles son los más usados en la educación?

- a. Blogs.
- b. Redes sociales.
- c. *Microblogging*.
- d. Foros.

4. ¿Cuál de las siguientes definiciones NO es correcta para la Web 2.0?

- a. Es una herramienta abierta para la participación ciudadana.
- b. Se basa en una mecánica de movimientos lineales entre nodos.
- c. Es una herramienta dinámica y comunitaria.
- d. Es una plataforma que integra aplicaciones.

5. Elige la opción correcta entre las siguientes referidas al hipertexto:

- a. Es un término acuñado por Alvin Toffler.
- b. El concepto de hipertexto fue creado en los años ochenta.
- c. Tim O'Reilly fue el primero que describió el funcionamiento del hipertexto.
- d. Nuestro pensamiento funciona como un hipertexto.

6. ¿Qué significan las siglas RSS?
- a. Que la información se puede intercambiar libremente.
 - b. Que la información se puede copiar sin citar por el usuario.
 - c. Que la información se recibe directamente en el e-mail del usuario.
 - d. Que la información se puede copiar siempre que se cite.
7. El límite de caracteres en Twitter es:
- a. 140.
 - b. 160.
 - c. 180.
 - d. 240.
8. De las siguientes afirmaciones, ¿cuál recoge mejor las características de los foros?
- a. Son archivos de información *on-line* para responder a preguntas concretas.
 - b. Crean comunidades *on-line* de intereses similares donde los usuarios participan en tiempo real.
 - c. Son herramientas para el intercambio de información moderadas por un administrador.
 - d. Son herramientas muy útiles para subir archivos digitales e intercambiarlos con usuarios de intereses similares.
9. ¿Qué característica de las siguientes corresponde mejor a la literatura hipertextual?
- a. Saca el máximo partido a las posibilidades multimedia de la Red.
 - b. Utiliza el potencial de la inteligencia colectiva para crear innovadoras obras en línea.
 - c. Aprovecha las posibilidades ofrecidas por las redes sociales.
 - d. Aprovecha al máximo la expresividad que les permite la estructura de enlaces de la Web 2.0.
10. De las siguientes afirmaciones sobre la lengua castellana en la Red, ¿cuál no es cierta?
- a. El castellano es la cuarta lengua más usada en la Red.
 - b. El subjuntivo está viendo su uso simplificado en Internet.
 - c. Se han creado toda una serie de neologismos procedentes del inglés relacionados con el mundo web.
 - d. Se están creando nuevos acrónimos para darle rapidez a la escritura en la Red.