

# METALENGUAJE INTERACTIVO Herramientas en la red para los nativos digitales

**Inmaculada Berlanga Fernández**

Doctora en Filología

Universidad de Granada. Campus Universitario de Cartuja, s/n.  
18071, Granada (España) – Email: [inmaber@gmail.com](mailto:inmaber@gmail.com)

## Resumen

La implantación generalizada de las nuevas tecnologías en las sociedades avanzadas ha producido durante los últimos años un cambio vertiginoso en el lenguaje. Esta transformación se aprecia especialmente en los jóvenes quienes presentan unos modos de actuar ante el lenguaje distintos a las anteriores generaciones. En este artículo se plantea la necesidad diseñar unas estrategias educativas y sociales que sepan aprovechar lo mejor del nuevo contexto y que reduzcan las contradicciones y limitaciones que existen en la generación conocida como los “nativos digitales”. Se analizan las características de este grupo y se concluye con una propuesta de sitios web que pueden ayudar a mejorar sus estrategias comunicativas: lectura, conocimiento de la lengua, expresión escrita, fomento de la creatividad y educación de la estética.

### Palabras clave

*Interactividad, web 2.0, lenguaje, competencias básicas, nativos digitales, educación*

### Key Words

*Interactiviy, web 2.0, language, basic competences, digital native speakers, education*

### Abstract

The widespread running of the new technologies in advanced societies has caused some vertiginous changes of the language during recent years. This transformation is especially observed in young people who show some very different ways of behavior with regard to the language compared to the previous generations. This article presents the need to design several educational and social strategies for using the best of the new context and reducing the contradictions and restrictions from the generation called “digital native speakers”. The characteristics of this group are analyzed and the article finishes with a proposal of websites which can help to improve the following communicative strategies: reading, language knowledge, writing, creativity promotion and aesthetics education.

## Introducción

El epígrafe “lenguaje e interactividad” propone dos vocablos en los que podemos apreciar especiales coincidencias semánticas. Interactividad es una palabra que en los últimos años ha ido creciendo en popularidad, especialmente unida al entorno digital. Pero se puede afirmar que es tan antigua como el propio lenguaje. El Diccionario de la Real Academia la define como “cualidad del interactivo”; y a interactivo, “que procede por interacción”; en la segunda acepción -que se refiere al mundo de las tecnologías- se nos habla ya de “interacción a modo de diálogo entre el ordenador y el usuario”. Y lo dialógico es la propiedad por antonomasia del lenguaje desde sus orígenes: utilizamos el lenguaje para comunicarnos esperando una respuesta que, a su vez, provocará en nosotros una reacción.

Pero hoy día el epígrafe “Lenguaje e interactividad” nos remite inmediatamente a la Web 2.0, nueva realidad digital que resume la evolución de Internet desde las aplicaciones tradicionales hacia otras enfocadas al usuario final. El origen de Internet, la llamada Web 1.0, nos mostraba un entorno

estático, con páginas en HTML en las que se realizaban pocas actualizaciones y que no tenían interacción con el usuario. La Web 2.0 supone un paso más: incluye aplicaciones que generan colaboración entre los usuarios y nuevos servicios o herramientas que permiten ordenar y procesar la información disponible para asimilar la parte que realmente interesa a los internautas.

Si atendemos a los grados de interactividad descritos por autores como Francisco García (García, 2002) podemos afirmar con Juan Salvador Victoria que “un nivel superlativo de interactividad podría darse a través de las nuevas tecnologías, proceso que podría llegar a ser de una intensidad extraordinaria” (Victoria, 2002). Intensidad que se potencia aun más si cabe en las recientes generaciones.

Este lenguaje interactivo de la red social, gracias a sus propias características, se perfila, por tanto, como una herramienta idónea para profundizar en las habilidades y estrategias comunicativas que hoy día se demandan como necesarias. De esta forma podemos hablar de un metalinguaje interactivo.

## Objetivos

En el presente trabajo se proponen los siguientes objetivos:

- Ofrecer una base teórica sobre las competencias básicas lingüísticas demandadas por la sociedad actual y recogidas en

- los diseños curriculares de la Enseñanza Secundaria Obligatoria.
- Conocer las distintas valoraciones de la influencia de Internet en el lenguaje de los jóvenes.
  - Recopilar los últimos trabajos e investigaciones científicas que avalen el auge de Internet en detrimento de otras formas de cultura y entretenimiento.
  - Analizar las características de los llamados nativos digitales: su peculiar relación con los medios.
  - Proponer una estrategia educativa que aproveche los recursos de la Web 2.0 para fomentar las competencias lingüísticas de las nuevas generaciones.

## Metodología

Para la consecución de los objetivos propuestos se ha realizado una búsqueda documental que sirva de marco teórico de la investigación, consultando las últimas leyes educativas, documentos científicos de docentes y lingüistas y estudios sociales sobre los usos de Internet y la generación de los “nativos digitales”.

Como trabajo de campo se han rescatado de la red las páginas web para adolescentes que ofrezcan herramientas para mejorar la escritura, lectura, conocimiento de idiomas, así como para potenciar la creatividad

y la educación de la estética. Para ello se han elaborado unas fichas para cada web consultada según los siguientes criterios:

- a) En cuanto a los aspectos formales: se ha valorado la simplicidad, intuitividad, e interactividad de las mismas;
- b) en cuanto a los contenidos: se ha realizado la selección excluyendo cualquier mensaje violento, machista, xenófobo, u otro tipo de actitudes que atenten contra la dignidad de las personas, como la intolerancia, o que hagan un uso inadecuado del lenguaje.

## 1. Las competencias lingüísticas en el momento actual

En los momentos actuales nadie pone en duda que la era digital está cambiando prácticas tan antiguas como necesarias para preservar y a la vez mantener viva la cultura y la sociedad —la escritura y la lectura—,

de un modo similar a como, en su momento, aconteció con la aparición del alfabeto y el papiro y más tarde, de la imprenta y el papel.

En los ámbitos educativos se perciben corrientes contradictorias sobre la valoración, positiva o negativa, de la influencia de Internet en la formación cultural de los jóvenes y, especialmente en el uso que del lenguaje hacen.

Los “apocalípticos” del tema pronto denunciaron la realidad de que tecnologías como el Chat, el sms o el Messenger... fomentaban el uso de un lenguaje a primera vista incorrecto ortográficamente y muy pobre de vocabulario. Preocupa el avance de una generación que pueda carecer de las básicas estrategias comunicativas necesarias para todo aquel que pretenda desarrollar con éxito su actividad profesional y social. Y es que la variedad y riqueza de situaciones socio-comunicativas en las que nos podemos encontrar hoy día, nos dan una pauta de la multiplicidad de registros de uso (hablado, escrito, formal o informal...) que debe conocer una persona culta para desenvolverse con un mínimo de soltura y eficacia expresivas. Por eso hoy día dominar la lengua se plantea como objetivo, tanto a nivel de formación especializada (formación de políticos, portavoces, publicistas,...), como a escala personal (Berlanga, 2007).

En este sentido, en el Real Decreto 1631/2006 de 29 de diciembre, por el que se establecen las enseñanzas mínimas correspondientes a la Educación Secundaria Obligatoria, se describen, en su anexo I, las denominadas “competencias básicas”. De las ocho que se enumeran la primera es,

precisamente, la llamada “Competencia en comunicación lingüística”. Esta competencia se refiere a la utilización del lenguaje como instrumento de comunicación oral y escrita, de representación, interpretación y comprensión de la realidad, de construcción y comunicación del conocimiento y de organización y autorregulación del pensamiento, las emociones y la conducta.

Así, los objetivos de la enseñanza de la Lengua castellana y la literatura de la etapa que corresponde a los adolescentes persiguen el desarrollo de, entre otras, capacidades como las siguientes:

1. Comprender discursos orales y escritos en los diversos contextos de actividad social y cultural.
2. Utilizar la lengua para expresarse de forma coherente y adecuada en los diversos contextos de la actividad social y cultural.
3. Emplear las diversas clases de escritos mediante los que se produce la comunicación con las instituciones públicas, privadas y de la vida laboral.
4. hacer de la lectura fuente de placer, de enriquecimiento personal y de conocimiento del mundo y consolidar hábitos lectores.
5. Aplicar con cierta autonomía los conocimientos sobre la lengua y las normas de uso lingüístico para comprender textos orales y escritos y para escribir y hablar con adecuación, coherencia, cohesión y corrección.

Otros autores descartan que las actitudes que ante el lenguaje hoy día presentan las nuevas generaciones se trate de un mal uso por desconocimiento del mismo sino de

*“un uso deliberadamente informal, económico y creativo con el objetivo de hacer la comunicación más expresiva, más atractiva, más flexible, más lúdica, e incluso más elocuente; un uso deliberadamente coloquial que captura algunos elementos de la oralidad y que se apropia de ellos en un proceso*

*dinámico, creador y desafiante, revelador de una identidad efusiva que se expande en y por la comunicación” (Araujo y Melo, 2003).*

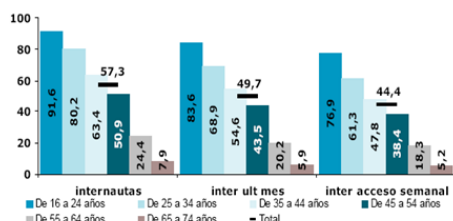
En esta línea hay quienes, a contracorriente de la opinión mayoritaria, sostienen que nunca habíamos leído y escrito tanto como ahora, a pesar de movernos hacia un entorno dominado por la comunicación visual, el sonido y el movimiento (Orihuela, 2006).

## 2. ¿Cultura VS Internet?

Según los expertos, el teléfono móvil, Internet y los videojuegos ocupan ahora un tiempo muy importante del ocio de los jóvenes -el 40% se decanta por estos soportes- en parte porque la interactividad que ofrecen ha contribuido a desplazar otras formas de entretenimiento (Gómez y Abril, 2006).

Estos datos son avalados por el último informe del Red.es Observatorio<sup>i</sup>, donde se recoge que más del 90% de los jóvenes de 16 a 24 años ha usado Internet con regularidad, de los cuales el 83,6% ha usado Internet en el último mes y el 77% acceden a Internet semanalmente o con mayor frecuencia:

Gráfico n° 1: Perfil sociodemográfico de los internautas (2007)



Fuente: INE (2007)

Conjuntamente, el estudio realizado por el EB Center<sup>ii</sup> *Uso y actitud de los jóvenes hacia Internet y la telefonía móvil* (2005) nos brinda más datos interesantes: suelen navegar varias veces al día o casi cada día en un 35 y 27% de los casos, respectivamente. Se conectan mayoritariamente durante la tarde y la noche. El 32% lo hacen entre las 17 y las 21 horas, y un 31% entre las 21 y la 1 de la madrugada. Los adolescentes se

conectan más por la tarde, mientras que los adultos jóvenes prefieren la noche. Los jóvenes se conectan a Internet desde sus hogares (varias veces al día, 44%), y con muy poca frecuencia desde sus centros de estudio, lugares de trabajo o cibercafés (responden nunca o prácticamente nunca, un 38, 47 y 56%, respectivamente).

Otros datos reveladores son los que aporta Emilio Prado, catedrático de Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona y director de Eurofiction<sup>iii</sup> quien afirma que en España, desde 1993, se ha producido una sensible disminución de la programación infantil y juvenil: “En el horario de tarde, la franja estrella de la programación infantil, el 32% es ficción, el 24% *info-show*, el 20% información y sólo el 5% es un contenido específicamente infantil”. Ciertamente, si observamos la parrilla televisiva de las cadenas nacionales, autonómicas y locales, percibimos la escasez de programas dirigidos a un target juvenil; como excepción destacan las cadenas “minoritarias”: La 2 de RTVE, con una programación de aproximadamente tres horas diarias para niños y jóvenes, y Canal 2 Andalucía con siete horas y media. Por desgracia, de lunes a viernes, el resto no

dedica ni un minuto de su tiempo a los pequeños de la casa<sup>iv</sup>.

Se concluye, pues, que el avance de Internet ha supuesto un cambio en la forma de aprender y entretenerse en los jóvenes con dos repercusiones claras: ven menos televisión y leen menos. Una vez más estos datos se confirman con el reciente estudio del II Estudio Fundación BBVA publicado en mayo 2008, sobre el estado de la Red en España, estudio elaborado a partir de 6.000 entrevistas<sup>v</sup>. En sus conclusiones se recoge que la pequeña pantalla, los libros o los periódicos no peligran debido al impacto de la Red, pero sí que cada vez son más los españoles, y sobre todo los jóvenes, los que prefieren esta herramienta. Un 27% asegura que desde que usa Internet ha reducido el tiempo que dedica a ver la televisión. Lo mismo que un 20,9% emplea menos tiempo para la lectura. La lectura es, por tanto, la más perjudicada. Crece 5,2 puntos el abandono de los libros por Internet.

Estamos, por tanto, ante un grupo de población que hace un nuevo uso de los medios de información y entretenimiento, que prefiere otras formas de ocupar su tiempo libre y reclama una forma de aprender diferente. Son los “nativos digitales”.

### 3. Características de los nativos digitales

La expresión nativos digitales (“digital natives”) vio su luz en el ensayo de Marc Prensky titulado “La muerte del mando y del control” (Prensky, 2004).

El autor calificaba con este vocablo a aquellas personas que han crecido con la Red y los distinguía de los *inmigrantes digitales* (“digital immigrants”), llegados más tarde a las TICs. Los nativos son niños y jóvenes nacidos ya en la era digital y usuarios permanentes de las tecnologías con una habilidad consumada. Como afirma Felipe García (García y otros, 2007):

*“su característica principal es sin duda su tecnofilia. Sienten atracción por todo lo relacionado con las nuevas tecnologías. Con las TICs satisfacen sus necesidades de entretenimiento, diversión, comunicación, información y, en determinadas ocasiones, también de formación”.*

En lo que respecta a la edad, suele haber fluctuaciones dependiendo del autor o autores que abordan este tema de estudio, pero en líneas generales, la mayoría coincide en que son jóvenes menores de 20 años, que han crecido con la tecnología y, por lo tanto, tienen un dominio amplio del lenguaje y del entorno digital. Las herramientas tecnológicas ocupan un lugar central en sus vidas y dependen de ellas para todo tipo de cuestiones cotidianas como estudiar, relacionarse, comprar, informarse o divertirse.

Prensky distinguía 17 campos en los cuales las diferencias entre nativos e inmigrantes son significativas. Sirvan de ejemplo los que exponemos a continuación:

- **Comunican** diferente. Les sorprende que alguien necesite el papel, no les gusta el mail porque es asíncrono, reconocen a sus interlocutores por nicknames y no les importa cuál sea el nombre real, inventan un lenguaje paralelo, usan emoticonos para expresar sensaciones.
- **Comparten** diferente. Y si bien es cierto que el mail permite compartir, ellos van más allá y exploran ávidamente los formatos audiovisuales y han dado pie al fenómeno de las webcams. Y cuando usan texto no suelen hacerlo mediante blogs en los que expresan emociones.
- **Compran y venden** diferente. Todo lo compran y lo venden en la red; el espacio común para ello es eBay que incluso se convierte en un mecanismo para conseguir dinero cuando se necesita. La red es el mercado, y cuando actúan como *freelances* se desarrollan preferentemente con habilidades explotables en la red.
- **Intercambian** diferente. Intercambiar es casi siempre la mejor opción. Es la explosión del P2P.

- **Crean** diferente. Una de las características que definen a los nativos: les gusta crear, desean crear. Les gusta hacer webs, animaciones en flash, retoque de fotografías, ediciones de video, mashups... y crear sus avatares y modelar incluso su identidad en la red.
  - **Se reúnen** diferente. Quedar con alguien ya no implica forzosamente un encuentro presencial. Tienen múltiples recursos para coincidir sin estar en el mismo sitio.
  - **Coleccionan** diferente. No coleccionan sellos ni chapas, sino objetos digitales (canciones, películas, fotografías...) todo aquello que sea almacenable con bits antes que con átomos.
  - **Coordinan** diferente. Son capaces de coordinarse on-line, implicando en ello a cientos de personas.
  - **Evalúan** diferente. En un entorno en el que te relacionas con gente a la que puedes llegar a no conocer nunca presencialmente, los nativos desarrollan la habilidad de evaluar la reputación, la confianza y la credibilidad que merece el otro interlocutor, y tienen múltiples variables para ello, algunas de las cuales son realmente sutiles y difíciles de parametrizar.
  - **Juegan** diferente. Una partida ya no dura dos horas y se desarrolla en una mesa con tu pareja. Puede durar 100 horas en las que te mueves por todo el mundo haciendo equipo con desconocidos.
  - **Aprenden** diferente. Basándose en la red antes que en los padres.
  - **Buscan** diferente. Cuando no saben algo lo buscan en Google.
  - **Programan** diferente. Son los precursores del código abierto y el software libre.
  - **Socializan** diferente. También se socializan en la red, algo que la mayoría de inmigrantes no hacen.
  - **Crece**n diferente. Ya que lo hacen explorando y transgrediendo.
- En resumen, podemos afirmar que los nativos digitales, lejos de ser una moda temporal, parecen ser un fenómeno que abarca el conjunto de una generación y que crece firmemente de forma paralela al desarrollo de las nuevas tecnologías (Internet, teléfonos móviles, PDAs, etc.)<sup>vi</sup>.

## 4. Metalingüaje interactivo: una propuesta educativa

Los retos que plantea este nuevo entorno sociocultural son un reclamo para el diseño de unas estrategias educativas y sociales que

sepan aprovechar lo mejor del nuevo contexto y que reduzcan las contradicciones y limitaciones que existan (Marí, 2006).



Como muy bien expone Aurora García González:

*“La infancia y la juventud, al ser dos momentos de especial desarrollo intelectual, cultural y humano en general de la persona humana, están especialmente expuestos a la recepción acrítica de influencias externas. Por ello los medios de difusión deben tener en cuenta de modo especial los posibles efectos — positivos y negativos— que puedan ejercer sobre jóvenes y niños”. (García González, A., 2005).*

Parfraseando a Carolina Céspedes (Céspedes, 2004) la educación no puede estar al margen de la sociedad y a los avances técnicos, por eso se utiliza la tecnología para innovar un proceso de formación. El objetivo es formar personas activas en la construcción de la realidad, donde el aprendizaje es una estructura cognitiva que se modifica por medio de la experiencia. El uso de internet ha multiplicado las posibilidades. No se trata tanto de cambiar temas y contenidos, tendiendo a espacios multimedia, como a cambiar la forma de abordarlos, presentarlos y dinamizarlos.

Como fruto de todo lo expuesto hasta el momento, se propone a continuación una selección de páginas web que pueden ayudar a los jóvenes a mejorar sus estrategias comunicativas: lectura, conocimiento de la lengua, expresión escrita, fomento de la creatividad y educación de la estética. Se han elegido prestando atención a algunas pistas de los sitios web que a los jóvenes les resulta más atractivos (Nielsen, 2002):

- Preferencia por las páginas que contengan sonidos, elementos activos o animaciones.
- Preferencia por las páginas con formas y colores variados.
- Las metáforas de navegación<sup>vii</sup> funcionan. El objetivo del uso de metáforas en el diseño es hacer familiar y comprensible lo desconocido. Además, el uso de metáforas es una acertada decisión de diseño, ya que prefieren la información visual en detrimento del texto. Por ello, cualquier sección de ayuda debería ser redactada de la forma más sintetizada posible.
- Facilidad de uso y simplicidad a la hora de la navegación web.
- Interactividad. Las páginas que fomentan la interactividad, el diseño de nuevos contenidos o cualquier otro factor que fomente la creatividad son muy valoradas, especialmente por los adolescentes.

Agrupamos estas webs en los diez bloques siguientes y comentamos brevemente sus contenidos y los servicios que ofrecen:

1. **Literatura on-line**: dos páginas para compartir la afición de leer en la red; en “libroadicto” hay comentarios de todos los tipos de libros: clásicos, de terror, de ciencia-ficción, etc, con recomendaciones y foros donde se pueden dejar opiniones.

La web “espaciolibros” es de la editorial SM y cuenta con múltiples recursos y enlaces con actividades, bibliotecas, concursos de relatos y muchas otras páginas para jóvenes lectores.

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

<http://www.espaciolibros.grupo-sm.com/>

Gráfico n° 2: Espacio Libros



Fuente: <http://www.espaciolibros.grupo-sm.com/>

2. Periódicos on-line y magazines para los más jóvenes: si en Internet se encuentra la mayoría de los periódicos y revistas que se ofrecen en los quioscos, los nativos más jóvenes pueden disfrutar de magazines con todo lo que les interesa: películas, juegos, televisión, consejos sobre salud, zonas para darse de alta y muchas cosas más.

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

<http://www.chicos.net.ar/>

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

Gráfico n° 3: Chicomania.com



Fuente: <http://www.chicomania.com>

3. Creación de cómics on-line: en “pikikids” con sólo darse de alta se pueden realizar comics, subir las propias fotos o dibujos y así crear unas divertidas viñetas personalizadas.

<http://www.pikikids.com>

Gráfico n° 4: Creación de cómics online



Fuente: <http://www.pikikids.com>

Y en esta otra web, <http://www.strip-generator.com/create/> encontramos otro tipo de cómic. También hace falta darse de alta para acceder a objetos, personas, seres vivos, burbujas de texto que se puede usar en tiras y viñetas. Está en inglés, pero es muy simple y asequible.

4. **La lengua de signos española:** cada vez hay más páginas como esta que incluyen la lengua de signos española para hacer sus contenidos accesibles a las personas sordas. En estas páginas se encuentra información interesante para saber más acerca de las personas sordas o de su lengua.

<http://www.hablarconlasmanos.net/>

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

Gráfico n° 5: Lengua de signos española



Fuente: <http://www.csne.es>

5. **Aprendizaje de idiomas. “My happy planet”** es una web social para practicar idiomas con otras personas de cualquier parte del mundo. Como es habitual en este tipo de redes, los usuarios se registran y comienzan a crear el propio perfil. Posteriormente el usuario define el nivel de los idiomas que habla (alto, medio o básico) y los que quiere aprender; también se puede determinar las formas de contactos. “My happy planet” permite el envío de vídeos, usando a YouTube como plataforma de almacenamiento, y de lecciones por

parte de los usuarios. En ambos casos se permite buscar estos contenidos filtrándolos por su nivel de dificultad, añadirlos a favoritos, valorarlos, comentarlos y compartirlos por correo electrónico.

<http://myhappyplanet.com/>

Gráfico n° 6: My happy planet



Fuente: <http://www.myhappyplanet.com>

6. **Realización de programas de TV:** todos los nativos saben que en la era en la que vivimos, son los propios usuarios quienes generan los contenidos. Esta opción es aprovechada por Hago.tv, una nueva plataforma que permite generar una televisión IP propia, de forma muy simple, a través del móvil; el usuario graba lo que quiere y lo puede compartir en una de las categorías disponibles. Estas categorías son: deportes, música, humor, arte, cocina, curiosidades y cultura, cada una con su canal RSS. Además, los vídeos alojados podrán ser valorados y comentados.

<http://www.hago.tv/>

Gráfico nº 7: Hago TV



Fuente: <http://www.hago.tv/>

7. **Aprender a dibujar:** Dos blogs donde aprender a dibujar. El primero se llama “Wanda Gattino Comics” y en él encontramos distintos métodos de trabajo: cómo se construye un personaje, los tipos de trazos, materiales de dibujo y otros aspectos relacionados con este arte. <http://wandagattinocomics.blogspot.com/>

Gráfico nº 8: Aprende a dibujar



Fuente:

<http://wandagattinocomics.blogspot.com/>

Una segunda propuesta es el blog “¿Cómo dibujar?” muy interesante porque recoge una gran cantidad de tutoriales, no sólo sobre dibujo, sino

también sobre PhotoShop, así como muchas plantillas para colorear los personajes de animación favoritos.

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

Gráfico nº 9: ¿Cómo dibujar?



Fuente: <http://www.comodibujar.es/>

8. **Creación de graffitis. Graffiti creator:** una web con diferentes fuentes para hacer letras como las de los graffitis. Funciona de una forma bastante sencilla: primero se elige el tipo de letra y después se seleccionan los colores, el tamaño, el relleno... incluso de manera independiente para cada letra. Una vez listo, se imprime o guarda. Así de fácil. <http://graffiticreator.net>

Gráfico nº 10: GraffitiCreator



Fuente: <http://graffiticreator.net>

9. **Creación de logos propios. “cool text”** se podría traducir al español como “texto guay”. En esta página se encuentra una gran variedad de fuentes para generar los propios logos; además, cuenta con muchos efectos, fondos y colores que personalizan el texto que se pretende elaborar. Una vez creado el logo, se puede descargar en el ordenador y guardarlo como si fuera un archivo JPG, GIF o de PhotoShop. Aunque está en inglés, la página es muy fácil de usar. <http://cooltext.com/>



ción se puede encontrar un hipervínculo a wikicine, un diccionario de la Wikipedia donde se recogen palabras técnicas relacionadas con este tema. La sinopsis de películas incluye la ficha técnica (el director, el guionista, los actores...), resúmenes ordenados alfabéticamente y el poster promocional. Finalmente, si el usuario tiene una página web o blog propio, “elseptimoarte.net” proporciona un servicio gratuito de frases de cine y los estrenos de cine en España, Estados Unidos o México, actualizados automáticamente todas las semanas. <http://www.elseptimoarte.net/>

10. **“El Séptimo Arte”** es el nombre de una web donde en el menú de navega-



## Conclusiones

- La variedad y riqueza de situaciones socio-comunicativas en las que nos podemos encontrar hoy día, nos dan una pauta de la multiplicidad de registros de uso (hablado, escrito, formal o informal...) que debe conocer una persona culta para desenvolverse con un mínimo de soltura y eficacia expresivas.
- En la actualidad nadie pone en duda que la era digital está cambiando el planteamiento ante la escritura y la lectura, de un modo similar a como, en su mo-

mento, aconteció con la aparición del alfabeto y el papiro y más tarde, de la imprenta y el papel. Cambia la palabra y la amplitud de su importancia cuando cambia el medio: así Internet, al multiplicarla hasta el infinito, la puede empobrecer en mensajes digitales, pero también la enriquece gracias a la fantasía tecnológica.

- Los nativos digitales presentan muchas características que les hace diferentes a

otras generaciones, especialmente en su manera de relacionarse con la información y la comunicación.

- Los proyectos de entretenimiento deben recoger estas tendencias aprovechando las múltiples posibilidades que nos ofrece la web 2.0: de esta forma se combinan los valores actualmente demandados por este público (creatividad, intuitividad, interactividad) con los aspectos educativos.

## Referencias

ABRIL, G., GÓMEZ, R., “[La falta de programas infantiles y el aumento de soportes interactivos aleja a los niños de la televisión](#)” en <http://www.educaciónvalores.org>. [Consulta: 26 de agosto de 2008].

ARAUJO E SÁ, M., MELO, S, 2003: *Del caos a la creatividad, los chats entre lingüistas y didactas*, estudios de Lingüística del español (ELiEs), Lisboa.

BERLANGA, I. 2007: *Juan Crisóstomo, el gran comunicador del s. IV*, Cuadernos de Comunicación, nº 1, ESCO, Granada.

CÉSPEDES, C., *¿Una Educación Tradicional o Transformadora? Tecnología - Internet - Contextos de Aprendizaje*. Icono 14, nº 3, 2004.

GARCÍA GARCÍA, F., 2002: *La Publicidad en la televisión interactiva*, IV Jornadas de Publicidad Interactiva, Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga, 7 de marzo de 2002.

GARCÍA, F. Y OTROS, 2007: “[Nativos digitales y modelos de aprendizaje](#)”, Actas de IV Congreso pluridisciplinar sobre diseño, evaluación y desarrollo de contenidos educativos reutilizables. Universidad del país vasco. [Consulta: 6 de septiembre de 2008].

GARCÍA GONZÁLEZ, A., 2005: “[La juventud y los medios](#)”, Revista Juventud 68, junio 2005, 45. [Consulta: 1 de septiembre de 2008].

LORENZO, V. y otros, 2000: “[Informe Eurofiction](#)”, ZER, revista de estudios de Comunicación. [Consulta: 27 de febrero de 2008].

MARÍ, V. M., 2006: *Jóvenes, tecnologías y el nuevo lenguaje de los vínculos*, Comunicar 27, 113-116.

NIELSEN, J., 2002: [Kids' Corner: Website Usability for Children](#), Alertbox. [Consulta: 1 de septiembre de 2008].

ORIHUELA, J. L., 2006: *Sociedad de la información y nuevos medios de comunicación pública: claves para el debate*, Nueva Revista, 70, 44-50.

PRENSKY, M., 2004: [SNS especial letter: The death of command and control](#) [Consulta: 10 de agosto de 2008].

VICTORIA, J. S., 2002: “[Diálogo e interactividad en la comunicación comercial](#)”, Razón y Palabra, 27. [Consulta: 10 de septiembre de 2008].

## NOTAS

<sup>i</sup> Perfil sociodemográfico de los internautas según el Análisis de datos INE 2007, publicado en abril de 2008 por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, que analiza los internautas españoles, atendiendo a las variables: sexo, edad, situación laboral, estudios terminados y tamaño de hábitat, en la población de 16 a 74 años, residente en todo el territorio nacional en 2007, en <http://www.red.es/media/2008-07/1215684972754.pdf>

<sup>ii</sup> El e-Business Center PwC&IESE es un centro de investigación cuyo principal objetivo es principal objetivo es analizar el impacto de las nuevas tecnologías en las organizaciones, en la interrelación de la misma con el mundo exterior y en el ámbito sectorial.

<sup>iii</sup> Euroficción se encuentra integrado en el Observatorio Europeo del Audiovisual (Unión Europea). Es un observatorio instituido en cinco países (Alemania, España, Gran Bretaña, Italia) con el objetivo de efectuar un seguimiento sistemático de la ficción televisiva de producción nacional y europea ofrecida anualmente por las televisiones de cada país.

<sup>iv</sup> Es cierto que se emiten series de animación como “Los Simpson” en Antena 3 o “Padre de familia” y “Futurama” en La Sexta, pero estos dibujos animados están creados específicamente para el público adulto, de hecho, El Observatorio Europeo de la Televisión Infantil rechaza como oferta infantil a “Los Simpson” y “Shin Chan”.

<sup>v</sup> <http://www.scribd.com/doc/2913831/Estudio-Internet-2008-Fundacion-BBVA>.

<sup>vi</sup> Para conocer mejor el mundo de los nativos digitales, véase la conferencia impartida por Jordi Ardell, director del Centre d'Educació i Noves Tecnologies (CENT) de la universitat Jaume I, en <http://video.google.com/videoplay?docid=2149150095530402121&hl=es>

<sup>vii</sup> En el diseño de páginas web, una metáfora de navegación se refiere al hecho de recrear gráficamente en la misma página el lugar físico que esa página representa, por ejemplo, si queremos hacer una web sobre recetas de cocina, atraeremos mejor a los jóvenes internautas si dibujamos una cocina interactiva.

### *Cita de este artículo*

Berlanga Fernández, I. (2010). Metalinguaje interactivo: Herramientas en la red para los nativos digitales. *Revista Icono14 [en línea] 15 de Enero de 2010, N<sup>o</sup> 15*. pp. 274-288. Recuperado (Fecha de acceso), de <http://www.icono14.net>