

LA EXPERIENCIA EDUCATIVA Y LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

Dra. Lourdes Royano Gutiérrez

Introducción

- 1. El periodismo digital**
- 2. La publicidad en la Web**
- 3. Internet y la investigación**
 - 3.1. Las estrategias educativas**
 - 3.1.1. El correo electrónico**
 - 3.1.2. El WebQuest**
 - 3.1.3. Aula de Letras**
 - 3.2. Los buscadores**
 - 3.3. Las bibliotecas virtuales**
- 4. El lenguaje en Internet**
 - 4.1. Sufijos y prefijos**
 - 4.2. La ciberhabla**

Bibliografía

Presentación Power Point:

- Índice de la Ponencia
- Periódico digital periodistadigital.com
- Portal de información : [ciao](http://ciao.com)
- Página de compra on-line. <Corte Inglés alimentación
- Revista literaria

LA EXPERIENCIA EDUCATIVA Y LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

“Internet es uno de los inventos más notables de la humanidad. En términos de impacto social, ostenta el mismo rango que la imprenta, el ferrocarril, el telégrafo, el automóvil, la energía eléctrica y la televisión.”

David Crystal, 2000

El capital humano y la capacidad intelectual constituyen el principal activo de un empresa, de una universidad, pero también de un pequeño negocio y hasta de una familia. Esa experiencia, que se acumula durante años, debe tener un aprovechamiento en todas las sociedades, y más en la nuestra, en que la competencia es un valor que prima sobre otros factores en el mercado. El concepto de competencia es vital: las universidades deben serlo para atraer alumnos, los negocios también para atraer clientes; la vida en general se mide por grados de interacción incluso a nivel personal, en las relaciones que se establecen entre los miembros de una sociedad.

Por eso, la información y la tecnología son los elementos diferenciadores en un mercado en el que la competitividad nos obliga a estar en un continuo proceso de formación y actualización de los conocimientos.

Mi experiencia en el sector de la formación, y más concretamente en el mundo universitario me ha enseñado que las personas, hoy en día, manejan muchísima información, pero no toda ella es necesaria o se adecua a sus necesidades. El interés primordial hoy es saber discernir aquella información útil de la que no lo es.

En todos los estudios y las investigaciones, alcanzar el mayor grado de conocimiento es fundamental y para ello hay que saber utilizar la tecnología que nos proporciona información. Además es necesario estar al día en los cambios que se producen en la misma. La especialización universitaria nos ha llevado a conocer profundamente sectores de nuestro campo de investigación y a desconocer, al mismo tiempo, otras áreas que, posiblemente, ayudarían a mejorar estrategias de nuestro propio campo. Esto nos ha llevado a buscar relaciones con otros departamentos universitarios que puedan tener un campo de investigación y docencia relacionado con el nuestro.

Pues bien, en la vida diaria también se puede aplicar esta máxima de aprovechar otros recursos que, en un principio, puedan parecer lejanos a nuestros intereses. Si en este Congreso nos basamos en la importancia de establecer relaciones de cooperación entre las instituciones educativas y los sectores público y privado creemos que una de las bases de esa cooperación es la apuesta por la tecnología actual: Internet, Videoconferencia, créditos no presenciales de asignaturas de Libre elección... por lo tanto es necesaria una inversión en investigación, porque creemos que los beneficios de esta relación pueden ser muy importantes.¹

¹ El trabajo y la investigación científica son las fuentes esenciales de la nueva economía del conocimiento. Según Nicolas Baverez (2003) esas fuentes se han dejado secar en Francia, cuando muchos cerebros huyen porque es muy difícil desarrollar una actividad privada.

Internet está considerado un nuevo medio de masas, tesis que defiende Steve Case, presidente de la empresa estadounidense *American On Line (AOL)*. A través del uso del ordenador personal en la vida cotidiana hemos hecho de Internet una fuente de información. Así es como empezamos a utilizar el espacio virtual. A partir de ahí ha llegado incluso a aplicarse en el arte.²

Internet se ha convertido en un medio de formación diferente y poco hemos reflexionado sobre sus repercusiones en la educación. Como profesores, la primera utilización de un ordenador personal, consistió en utilizarlo como una buena máquina de escribir que permitía, gracias a un programa de tratamiento de textos, corregir, añadir y pegar sin tener que repetir nuestro trabajo. Con el paso del tiempo empezamos a utilizar sus herramientas como word o excel para almacenar datos y trabajos. Poco después utilizamos el correo electrónico para enviar mensajes a otros profesores, colegas, universidades... Y hoy en día el Campus Virtual es la herramienta de consulta más útil al profesor y a los alumnos: allí aparecen calificaciones, listas, información académica y todo lo relacionado con una asignatura: créditos, horario lectivo, tutorías etc... Incluso hay asignaturas virtuales en que el profesor “explica” la materia sin ver a sus alumnos : son las llamadas asignaturas no presenciales.

Sin embargo, la red tiene sus problemas; el acceso a la información no es fácil. Incluso con un buen navegador, como “Google” o “Yahoo” al escribir la palabra o el concepto buscado nos remite a más de noventa páginas que muchas veces no se relacionan con lo que queremos y podemos perder mucho tiempo hasta encontrarlo.

Pero no podemos olvidar que Internet es un fenómeno de base textual, nos comunicamos a través de textos. Hasta ahora, la lengua oral posee solamente una presencia limitada cuando el usuario tiene en su ordenador clips de sonido, películas y vídeo. El registro hablado se empleará más a medida que se desarrolle la tecnología. Hoy, el potencial de Internet está limitado por la lentitud en la transmisión de datos y por los problemas de gestión y recuperación que plantea el manejo de tan vasta cantidad de información.

Pese a ello, las aplicaciones de Internet son enormes. En ellas, destacan tres campos relacionados con el tema de esta conferencia y en el que se proyecta un futuro colosal: el mundo del periodismo, el mundo de la publicidad y el mundo de la Investigación.

1. EL PERIODISMO DIGITAL

Los años 1994 y 1995 supusieron en España una verdadera eclosión de periódicos electrónicos, las empresas editoras de periódicos en papel dieron el salto al ciberespacio. Ese mismo camino se había recorrido en Estados Unidos o Europa. El primer diario que puso una versión electrónica interactiva y multimedia fue el Boletín Oficial del Estado. Desde septiembre de 1994 es posible consultar los textos en Internet y en papel.

² El Museo Nacional *Centro de Arte Reina Sofía* de Madrid, abrió sus puertas a Internet y las Nuevas Tecnologías a través de un ciclo de películas y conferencias tituladas: “ Hackers: el arte de la abstracción” que se celebraron durante el mes de marzo de este año. Películas como *The hacktivist* de Ian Walker, *Free Radio* de Kevin Keyser *Hacks* de Christini Bader o *Sheik Attack* de Edo Stern hablan de la guerra social en la red o de las nuevas relaciones sociales que surgen en ella.

El periodismo digital ha permitido sin lugar a dudas mejorar los contenidos de información, pues juega con dos premisas fundamentales: la inmediatez y la especialización. Un estudio reciente del “Project for Excellence in Journalism”, presentado en la Facultad de Periodismo de la Universidad de Columbia en Nueva York, reveló que tras analizar dos décadas de artículos de prensa y televisión, la información había cambiado a partir de Internet. Las noticias eran más temáticas y el periodista se convertía en narrador en su trabajo, ya no debía ser un mero informador. La manera de dar esa noticia es lo que diferencia a un periodista de otro, a un cadena de otra. Además, hoy existen diferencias apreciables entre las ediciones digitales y las mismas noticias impresas en papel.

Un ejemplo: El terrible atentado en Madrid el once de marzo, hizo que muchas personas que estábamos trabajando siguiéramos en la prensa digital lo ocurrido, ya que no disponíamos de televisión o radio en nuestro lugar de trabajo, pero si de ordenador. Los escalofriantes datos, que nos negábamos a aceptar eran confirmados más tarde por las imágenes de televisión.

La veracidad y calidad de los contenidos dan fuerza a cualquier medio de información pero en la red la fuerza se sustenta en la velocidad con que el usuario recibe esos contenidos. Se entera de los hechos, el análisis aparece después. De la credibilidad de cada página de Internet depende la lealtad del usuario. Los diarios y espacios informativos en el ciberespacio se han organizado como portales que le dan fuerza a la noticia local e invitan al usuario a abrir su propio espacio de discusión sobre temas específicos por segmento profesional, temático o de interés personal. Por ejemplo:

- libertaddigital.com : Noticias y opinión en la red
- periodistadigital.com : El periódico de periódicos. Boletín
- elconfidencialdigital.com

En estas webs se integra información de agencias como EFE o Reuter que mejoran su oferta al especializarla.

Otra pregunta que podemos hacernos es: ¿Quiénes se preparan para el periodismo digital? Internet se está convirtiendo en un medio idóneo para periodistas recién titulados, ya que el trabajo del periodista en activo difícilmente puede simultanearse con el conocimiento de los avances tecnológicos. Por ello, este medio ha sido, en los últimos años, un yacimiento de trabajo para los jóvenes. Y no hay que olvidar que su marcha y evolución son imparables. El Consejo Superior de Investigaciones científicas (CSIC) ha descubierto este potencial y, a través del centro de Información y Documentación Científica (CINDOC), ha publicado la guía de Internet para periodistas, el primer manual de periodismo digital en España que nace de la necesidad de llenar las posibles carencias por parte de los periodistas en el uso de la Red como fuente de información.

El periodismo digital español avanza cada día. Las noticias van acompañadas del hipertexto que funciona como un gran archivo de documentación y comentarios y análisis de los internautas. Las posibilidades son infinitas.

Veamos un ejemplo:

“Un caso ampliamente difundido estos días ha sido el del diario londinense Daily Mirror que publicó supuestas fotos de malos tratos por parte de soldados británicos en las que aparecía un vehículo militar que suscitó inmediatas sospechas. Al cabo de unos días, el *Departamento de Defensa* demostraba que ese vehículo jamás había estado en el frente iraquí, lo que

indica que las fotos eran un montaje. El director del periódico, el volcánico **Piers Morgan**, se negó a lo único que le pedían los militares, que era reconocer el error cometido. La empresa del periódico respondió a su soberbia despidiéndole, y el periodista anuncia ya acciones en justicia para cobrar la totalidad de su contrato, más de millón y medio de euros.

No tan publicitado ha sido el otro caso, el del periódico norteamericano *The Boston Globe* (propiedad de la empresa de *The New York Times*). La semana pasada publicó una fotografía de dos personas, un político local y un pacifista, que a su vez sostenían otras fotos, que -explicaba el diario- mostraban a soldados de su país violando a mujeres iraquíes. Al cabo de pocas horas quedaban desacreditadas esas fotos, y otros medios informaban de que, en realidad, procedían...; de un sitio de *Internet* dedicado a la **pornografía**.³

2. LA PUBLICIDAD EN LA WEB

"La World Wide Web es el conjunto completo de todos los ordenadores ligados a Internet que contienen documentos a los que se puede acceder por medio del uso del protocolo estándar (el Protocolo de Transferencia de Hipertexto o HTTP), normalmente abreviado a Web o W3 y, en las direcciones de páginas web, representado mediante las siglas WWW. El creador de la Web, un ingeniero informático llamado Tim Berners-Lee, la ha definido como "el universo de la información accesible por la red, un encarnación del conocimiento humano". Se inventó en 1990 como un medio para facilitar que los físicos del campo de la energía de partículas de las distintas instituciones compartiesen información, pero se amplió rápidamente a otros campos, y ahora abarca todos los temas y está diseñada para facilitar la interacción multimedia entre usuarios desde cualquier ordenador en cualquier lugar del mundo. Entre sus muchas funciones se incluyen referencias enciclopédicas, archivos, catálogos, listas de "páginas amarillas", publicidad, autopromoción, juegos, noticias y reportajes, escritura creativa y transacciones comerciales de todo tipo, con películas y otros entretenimientos cada vez más accesibles a todos los públicos."⁴

Entre la multitud de información que nos ofrece Internet, o la Red como algunos prefieren llamarla, la mayor parte de la información es de dominio público, por lo que puede accederse libremente. Sin embargo, existen ciertos lugares, páginas y contenidos de acceso restringido a suscriptores, a miembros de una asociación, etc... Otras páginas están protegidas con derechos de reproducción y copia, o requieren una suscripción, gratuita o no. Las claves de acceso a las páginas restringidas utilizan el método de las contraseñas, un código personal de cada usuario, necesario para poder entrar. Finalmente existen páginas que los propios motores de búsqueda excluyen, bien porque sus contenidos son ofensivos, ilegales o discriminatorios.

³ Víctor de la Serna: "Lecciones del frenesí por un scoop" *El Mundo* 18/05/04 Publicado en periodistadigital.com 18/5/04

⁴ David Crystal, *El lenguaje e Internet*. Cambridge University Press, 2002. Pág. 24

Desde el punto de vista del receptor, Internet es un nuevo medio de comunicación que comparte con la radio su inmediatez, -el locutor está junto al oyente-, le transmite pensamientos e ideas al mismo tiempo que los formula. Por otro lado, suma el impacto visual de la televisión, aporta imágenes, y además hace un uso de la escritura similar, aunque no igual al lenguaje periodístico. Otra ventaja es que llega a todas partes, su distribución es universal. Por lo tanto, hay que hablar de un nuevo medio que tiene las siguientes características: puede leerse la información como en un periódico tradicional, incluye sonido, como la radio e imágenes, fijas o en movimiento, a semejanza de la televisión pero todo ello a voluntad del receptor que decide si quiere hacer una lectura sencilla y lineal o recibir todos estos elementos informativos (sonidos e imágenes) desde una ruta diseñada por él.

Entonces, ¿cuáles son los límites de Internet? Si llegan a cualquiera que tenga un ordenador y una línea telefónica y cuesta igual editar una noticia para una persona que para un billón de ellas, los límites técnicos y la selección de noticias no existen. Los márgenes son la imaginación y creatividad de sus autores.

Los publicistas se han dado cuenta de estas posibilidades y son los que hoy en día mantienen económicamente el ciberespacio. Todavía hoy no se ha cerrado la polémica sobre si se debe cobrar al usuario la visita a los periódicos digitales y a algunas fuentes de información. Algunas empresas que han cobrado vieron reducidas drásticamente las visitas de sus usuarios. Otros optaron por cobrar la información almacenada mientras que la actualidad era de libre acceso. Hasta que se de un paso más en el desarrollo digital, hoy básicamente es la publicidad la que permite seguir editando muchas páginas de Internet.

Otra modalidad relacionada con la publicidad es la compra directa por Internet. Este medio facilita la información para saber qué adquisición es más conveniente en cada caso. Hay páginas como: www.ciao.es, que incluso paga a los colaboradores por dar su opinión sobre artículos de consumo, por ejemplo en el campo de la electrónica puedes encontrar información sobre: televisiones, cámaras de fotos, procesadores... donde los usuarios comentan sus resultados. También hay campos culturales sobre libros, música...

3. INTERNET Y LA INVESTIGACIÓN

“La generosidad es uno de los valores más hermosos e injustamente olvidados de la investigación académica. Publicamos para compartir con otros lo que hemos hallado, para transmitir lo que hemos visto, para abrir poros en nuestro aislamiento. La actividad investigadora requiere pasión por los textos y mesura para calibrarlos, creatividad y reflexión, inquietud y reposo, dar y recibir. Lejos de toda vanidad, el fruto de la investigación académica tiene siempre algo de ofrenda, de gratitud.”
Goretti Ramírez, 2004.

Las páginas webs de publicaciones científicas electrónicas o versiones en Internet de revistas científicas o académicas españolas tiene como finalidad fomentar y difundir el trabajo científico que se lleva a cabo en universidades y asociaciones a nivel

internacional. Además, la comunicación científica cuenta con un público dispuesto a pagar por recibir información especializada por medios rápidos, como las redes telemáticas. El problema es que los archivos de información contengan imágenes o música lo que requiere mucho tiempo y espacio de ejecución. El hipertexto, es decir el salto de un texto a otro mediante la simple pulsación de un enlace, o el hipermedia, -el salto de un texto a un sonido, de un sonido a una imagen, de una imagen a un texto- hace posible que se reproduzca el esquema mental de una persona.

¿Qué busca la investigación universitaria en Internet? el estudioso busca claridad y calidad de contenidos, una lectura cómoda, facilidad de manejo o navegación e interactividad. Así se han creado las bitácoras o weblogs, aparecidas a finales de los años noventa en Estados Unidos. Son páginas personales con información subjetiva que se concentra en cualquier tema de investigación (política, economía, literatura...) Tienen un mantenimiento y puesta al día sencillos (Userland, Moveable, Type...) y organizan la información colocando los últimos textos generados en la parte superior de la pantalla y los textos anteriores en archivos. Con un gran número de vínculos hipertexto hacia otras fuentes de información.

La mayoría de las revistas electrónicas son culturales. Diversas revistas literarias también tienen su versión Web. Y otras han sido creadas únicamente para Internet:

- Parnaseo.uv.es : Universidad de Valencia.
- www.cambridge.org : Universidad de Cambridge (University Press)

3.1. Las estrategias educativas

3.1.1. El correo electrónico (e-mail) . Los Chats

El correo electrónico es una de las aplicaciones de la tecnología informática que sirve para transferir mensajes entre usuarios. En la actualidad son mensajes entre cuentas de correo privadas, que se distinguen de los que se envían a un chat que es una conversación en línea (entre muchas personas) De ahí la palabra "chatear" hablar en línea.

El flujo de información que se produce en el correo electrónico no se corresponde equitativamente con la cantidad que se consulta o que está a la disposición del internauta. A pesar de que la parcela que ocupa el correo electrónico dentro de la Web es muy inferior al resto de contenidos, el contacto que establece entre personas, el uso y la actualización es mucho mayor.

"Hoy, por ejemplo, he consultado tres veces páginas en la web, pero he enviado veinte e-mails. Entre mis contactos están mi familia, mis amigos y colegas, así como una serie de empresas, de creación reciente o antigua, con las que colaboro desde hace poco o mucho tiempo."⁵

En el correo electrónico, el elemento de identidad personal (la parte de la dirección que se encuentra antes de la arroba @) puede también ser un nombre en clave o

⁵ David Crystal, op.cit. pág. 21

sencillamente un número de código, y se deja al criterio del remitente la decisión de incluir o no su firma o rúbrica auténtica en el mensaje.

Los expertos calculan que en el año 2000 hubo más de 800 millones de personas que utilizaron el correo electrónico y que se enviaron aproximadamente 100 millones de mensajes al día.

En la educación, el correo electrónico es un medio útil que da a los estudiantes la experiencia de poder realizar auténticas labores de escritura, al ponerlos en contacto con otros compañeros, profesores y hablantes nativos. Actualmente está ampliamente incorporado a la enseñanza del lenguaje -en aquellas partes del mundo donde no hay dificultades de acceso a Internet- en una gran variedad de aplicaciones, como los intercambios "domésticos" de asuntos cotidianos, las tutorías electrónicas, los ejercicios de correspondencia comercial, así como en proyectos de investigación colectivos⁶.

Los foros de discusión o grupos de chat (chatgroups) son grupos de discusión sobre un tema concreto, organizados en "canales" dentro de zonas concretas de Internet, en los que pueden participar los usuarios interesados en el tema. Estos foros son un punto intermedio entre la información que se puede obtener en la Red y la información de que se dispone por medio del correo electrónico. En los grupos de chat, son varias las personas que participan en el intercambio de mensajes, que son casi siempre anónimos, durante un periodo de tiempo indefinido y alrededor de un conjunto amplio y no determinado de temas.

La dificultad principal que ofrecen los grupos de chat es su búsqueda, es decir, es muy difícil para un usuario normal encontrar a la primera un grupo de noticias, de chat o un foro acorde con sus exigencias, y que además esté en su idioma, si este no es el inglés. Sin embargo, los usuarios de los chat una vez que tienen un grupo, son personas encantadas de intercambiar opiniones, consejos, preguntas con los demás miembros, de los que acaban conociendo datos personales (familiares, profesionales...) El problema se plantea con los jóvenes que muchas veces buscan en los chat las personas que necesitan para formalizar amistades y pasan horas en la red buscando, hablando... lo que se convierte en una obsesión que les lleva mucho tiempo. Esa tarea pasa de ser un hobby a una necesidad. De hecho, hoy en día hay psicólogos que se han especializado en el tratamiento de conductas enganchadas a Internet.

Al igual que en el correo electrónico, operar bajo una identidad falsa parece desinhibir a la gente: hace sentirse más confiado para hablar, para expresar lo que piensa o siente. Incluso el lenguaje utilizado no es el mismo que se usa normalmente en ese contexto, probablemente porque esperan recibir a su vez mensajes de otros que, al igual que ellos, son más desinhibidos, se sienten protegidos ante experiencias reales negativas.

Sin embargo, hay un sentimiento bastante extendido de que para expresar contenidos de signo negativo, como romper una relación sentimental o comunicar a alguien el fallecimiento de un familiar, las cartas son mejores que los mensajes electrónicos, y que para estos casos, donde se requiere toda la gama de matices de la voz

⁶ A Homer Simpson se lo han explicado de la siguiente forma:

- Homer: ¿Qué es un correo electrónico?
- Lenny: Es una cosa del ordenador como, eh, una carta eléctrica
- Carl: O una conversación telefónica silenciosa.

Matt Groening, como siempre, dándonos su particular visión del mundo.

para hacer justicia al significado, una conversación telefónica personal es más adecuada. Por otro lado, comparado con el teléfono y la conversación cara a cara, se ha observado que con el correo electrónico las personas muestran una mejor disposición para la confidencia, un factor que a juicio de algunos explicaría el aumento de los romances por correo electrónico.

La relación tiene dos ejes favorables al emisor y al receptor del mensaje: el anonimato (desinhibidor) y la relajación (tiempo virtual).

No debemos olvidar que la información que aparece en los correos y en los chats puede llegar a otras personas que utilizan un código de interpretación diferente. Por ejemplo, si yo pongo como fecha de una reunión el 8/05/04 quiero decir el 8 de mayo del año 2004 en España y en el Reino Unido, pero en Estados Unidos creerán que hablo del 5 de agosto. Esto demuestra una vez más que hay que dejar muy poco terreno a la interpretación y se debe ser lo más explícito posible.

3.1.2. El WebQuest

El WebQuest es una estrategia educativa que utiliza Internet como fuente de información principal sobre la que el alumno debe realizar determinados tipos de actividades. Su objetivo: enseñar a buscar información en Internet, el aprendizaje por descubrimiento basado en el uso de la herramienta.

Ej.) Alejo Carpentier 1904-1980 (WebQuest)
- ¿Y quién es León Felipe? (WebQuest)

Otros programas son: Cazatesoros “Scavenger Hunt” o “Treasure Hunt”
Educarchile: atrévete a aprender. Escritorio del estudiante.

3.1.3. Aula de Letras (<http://www.auladeletras.net>)

En este sitio se desarrollan distintos aspectos de literatura, lengua y humanidades en general. Dispone de secciones dedicadas a algunos de los escritores españoles más importantes, como Antonio Machado y Valle Inclán. Proporciona textos, biografía, fotos y algunos estudios sobre la obra de cada autor. Otros materiales que aparecen para los docentes son documentos de trabajo, textos de distintos autores y esquemas de apoyo para utilizar en el aula. Se clasifican por áreas temáticas: literatura, lengua, medios de comunicación, cine, cultura clásica e historia. También contiene algunas actividades como una guía de análisis de oraciones y una guía de análisis de algunas novelas o cuentos como los de Juan Rulfo o Adolfo Bioy Casares. Incluye también un cuestionario y enlaces relacionados con el tema.

3.2. Los buscadores

La experiencia nos ha enseñado que no toda la información que aparece en Internet es igual de fidedigna. Por ello es importante revisar si es o no reciente, quién la publica y si tiene el respaldo de alguna institución.

Cuando se comienza una investigación, lo primero que debe hacerse es encontrar toda la información disponible sobre el tema. Una buena herramienta para comenzar son los buscadores. De la gran cantidad de motores de búsqueda, dos son, sin duda los más utilizados y quizá por ello los mejores: Google y Yahoo⁷.

Para realizar una búsqueda fructuosa deberían tenerse en cuenta ciertos aspectos como la elección de las palabras-clave por las que buscar. Asimismo, parece aconsejable el camino de lo general a lo particular pues los buscadores tienen la característica de la tendencia a la exhaustividad sin criterio. Muchas veces, en el terreno de la investigación académica, utilizando buscadores tradicionales, la información que se encuentra es muy escueta o no del todo fiable. Por lo general los investigadores consultan libros y revistas especializadas, la red es básicamente un motor de búsqueda de información.

Una vez que tenemos claro lo que necesitamos encontrar (a mayor conocimiento sobre el tema, mayor precisión) debemos plantearnos realizar el proceso de una manera rápida y eficaz. Navegando siempre se acaba encontrando algo interesante, pero la cuestión estriba en realizar la tarea del modo más rentable posible.

La paradoja de la información (a mayor información, mayor desinformación) es uno de los peligros con los que se tropieza en Internet. Hoy en día, la información abunda y podría decirse que lo abarca todo. Por eso, saber definir y acotar la búsqueda es fundamental.

Los buscadores ofrecen una serie de páginas más o menos cercanas a lo que uno está buscando. A partir de los datos ofrecidos por esta búsqueda, se debe ir seleccionando aquellas páginas que sean más convenientes para la investigación, teniendo en cuenta la credibilidad de quien crea la página, el nivel con el que esté elaborada, etc. En este sentido las entidades de confianza suelen ser las usuales: servicios públicos estatales, universidades, fundaciones de reconocido prestigio. En cualquier caso siempre se habrá de recurrir al sentido común para realizar el proceso de criba. La Red Iris y las Webs de Universidades son un buen medio de comenzar una investigación⁸.

⁷ El motor de búsqueda Colossus (<http://www.searchenginecolossus.com/>) ofrece enlaces a motores de búsqueda y directorios de 195 países.

[Metacrawler (búsqueda simultánea en: Altavista, Excite, Infoseek, Lycos, Yahoo, Webcrawler); Compendio.com (compendio de buscadores internacionales, nacionales, temáticos, etc.)]

- Buscadores: [Altavista en español, Lycos en español, Excite, Open Text, Fast Google]
- Catálogos temáticos: [Biblioteca Virtual (W3), Einet Galaxy, Yahoo]
- Buscadores por área geográfica: [The Virtual Tourist (Mundial) (Europa)]
- Buscadores españoles: [Terra, Ozú]

⁸ Estas son algunas de las páginas que ofrecen recursos para la investigación en Internet:

- <http://www.netnormal.com/users/danielg/recursos.html> [Recursos en Internet]
- <http://www.studygs.net/espanol/research.htm> [Investigando en Internet]
- www.rediris.es/recursos
- www.cisc.es/cbic/investig.htm
- www.csic.es/cbic/recursos/recursos.htm
- www.url.es/cas/re006.htm
- www.comunicacionymedios.com/recursos/investigacion/Invg-Index.htm [Ciencias sociales]
- www.unirioja.es/General/Internet.htm
- www.eurosur.org/spa/educacio.htm [educación]

3.3. Las bibliotecas virtuales

A diferencia de las bibliotecas tradicionales con miles de volúmenes en toneladas de papel, las bibliotecas virtuales ofrecen en Internet prácticamente todo el contenido disponible de los últimos tiempos. Tienen muchas ventajas, como el poder utilizarse a cualquier hora; mucha gente puede consultar las mismas publicaciones de manera simultánea y los métodos de búsqueda son mucho más poderosos que los antiguos ficheros.

Sin embargo, el mismo texto impreso o en red ofrece una confianza desigual. Como ha dicho David Crystal, si visitásemos un sitio Web⁹ como el de la British Library [Biblioteca del Museo Británico] o la Library of Congress [Biblioteca del Congreso], y entrásemos en sus catálogos, descubriríamos que se trata exactamente del mismo tipo de lenguaje que podemos encontrar si visitásemos esos lugares en Londres o Washington, incluso hasta en las mismas convenciones de ortografía y puntuación que se usan allí. El ámbito de su página web abarca desde la enorme base de datos hasta su página de presentación (home page), y en ella han contribuido todo tipo de diseñadores y estilistas, desde el más profesional hasta el menos dotado lingüística y gráficamente, desafiando así cualquier tipo de generalización estilística. Todo esto es obvio, pero pese a su obviedad es necesario plantear un tema importante: la web, en su carácter lingüístico, que se aprecia en todas las páginas con enlace, es un objeto análogo al lenguaje escrito que está "ahí fuera", en el mundo del soporte de papel.

4. EL LENGUAJE EN INTERNET

¿Qué tipo de lenguaje utilizamos en Internet? ¿Hablamos o escribimos igual que en otros contextos –familiar, coloquial, culto...? Parece que, por lo general, una persona no se expresa del mismo modo en Internet que en un congreso o en una situación familiar. En este caso, podemos considerar que la variación lingüística en Internet es una cuestión de uso, y por lo tanto una variedad ligada al contexto social, de lo cual se debería de ocupar la sociolingüística.

Por otra parte, existen individuos (por ejemplo entre los jóvenes) que han adoptado el lenguaje de Internet (por llamarlo de algún modo) a su vida y a su lenguaje y son los verdaderos introductores de neologismos en la lengua. Este grupo social, que en un principio se ha denominado “freaks” o “freakies”, junto con la globalización del medio y la universalidad de la red influyen en otros grupos sociales cercanos a modo de onda expansiva. De este modo, lo que podría considerarse una variación, que en un principio es diastrática, comienza de alguna manera a afectar al lenguaje normativo y en muchas ocasiones, la Academia ha de hacerse cargo de palabras que debido a su uso extendido y generalizado ha de adoptar, como neologismo en un primer estado y como una acepción léxica más en fases posteriores.

⁹ Un sitio Web es un ordenador individual que contiene documentos que es posible transferir a los navegadores y mostrar, utilizando uno de los formatos estándar (normalmente html o XML). Los sitios web se conocen por un único localizador URL (Uniform Resource Locator), con distintas páginas de datos que se distinguen por medio de etiquetas separadas por barras transversales.

De todos modos, debemos tener presente que muchos de los conceptos que hoy se escuchan y que pueden estar de moda, pueden no estarlo mañana, es decir, que la criba del tiempo se encargará de fijar algunos términos o de ir olvidando otros que en su tiempo fueron muy utilizados. Recordemos las palabras que puso de moda el cómico “Chiquito de la Calzada” condemor, fistro, ...

Otro ejemplo más actual relacionado con Internet:

La expresión "Punto com" es ahora una frase hecha que se oye con frecuencia y que se ve escrita por todas partes, especialmente en la publicidad. De hecho, el inglés escrito muestra avances que van mucho más allá de la etapa del uso literal de “.com.” Este término es un sufijo, uno de los diversos nombres de dominio, con alguna variación en Estados Unidos y Gran Bretaña que muestra a qué tipo de organización pertenece una dirección electrónica:

.com = comercial
 .edu o .ac = educativa
 .gov = gubernamental
 .mil = militar
 .net =organizaciones de la Red
 .org o .com =cualquier otra cosa

Puntocom se utiliza ya como una expresión general y este año se han estrenado En España dos obras de teatro tituladas “Mujeres puntocom” y “Hombres puntocom”

4.1. Sufijos y Prefijos en Internet

Un sufijo es, por lo tanto, un grupo de letras que se agregan al nombre de un archivo y que especifican el tipo de archivo de que se trata.

Ej.)Bluesky.jpg es un documento (imagen) JPEG y ".jpg" es el sufijo.

Index.html es un documento HTML (Web) y ".html" es el sufijo.

Los sufijos normalmente son muy importantes, porque nos dicen qué tipo de documento vamos a abrir.

Otro ejemplo de la importancia de Internet en el lenguaje:

El uso del símbolo @, ahora el vínculo universal entre destinatario y dirección. Fue escogido con un sentido pragmático por Ray Tomlinson, el ingeniero informático que envió el primer correo electrónico, en 1972¹⁰. Necesitaba un símbolo que no apareciese en los nombre y surgió este signo de la máquina de escribir, con el valor añadido de tener, en inglés, un significado apropiado (el de alguien que se encuentra “at” [en] algún sitio). Después, se ha producido algo irónico: muchas empresas y organizaciones han reemplazado la letra a o la preposición “at” de su nombre por una arroba:

@lgood, @tractions, @cafe, @Home, @pex.

Y se ha visto surgir en otros lugares donde se utilizaba tradicionalmente la palabra “at”.

- This is where it´s @ (aquí es donde se encuentra), dice un eslogan.
- El libro de Bill Gates, de 1999, se llama “Business @ the speed of thought” (los negocios a la velocidad del pensamiento);

¹⁰ Crystal, op. Cit. Pág. 33

- - "lenguaje@literature y literature@lenguaje." : un artículo académico concluye un estudio sobre la interacción entre el lenguaje literario y el coloquial con esa expresión .

La utilización de la arroba que se ha hecho en España se concentra principalmente en una tendencia a la no distinción de género en los sustantivos o adjetivos, en aras de un pretendido respeto por la igualdad entre hombre y mujeres, lo que gramaticalmente es un error.

Otro prefijo:

"Actualmente, el prefijo e- se ha debido de utilizar en cientos de expresiones. El Diccionario de neologismos de Oxford (1997) recogía ya e-text, e-zinc, e-cash y e-money, y en 1998, la Sociedad Americana de Dialectos designaba a e- como "Palabra [sic] del Año", así como "La más útil y de éxito más seguro". Desde entonces, se han observado otros ejemplos como e-tailing y e-tailers (rebajas en internet, del término retailers), e-lance (free-lance electrónico) y, en español, e-moción."¹¹

Buena parte de los neologismos o adquisiciones de una lengua se producen porque éstos poseen una cualidad práctica en el terreno de la comunicación. En este caso no existe nada práctico en la inserción de este "prefijo" por lo que, aparte de por moda o por estética, no es probable que prospere en el habla común.

Pero ¿qué ocurrirá con la ciberhabla a medida que se incorpore a la Red una base más amplia de usuarios y personas con otras preferencias lingüísticas que las actuales?

4.2. La ciberhabla

El término ciberhabla se utiliza para describir el lenguaje usado en Internet. La ciberhabla es una variedad de lenguaje en alza que está imbuida de un espíritu creativo. Los usuarios de Internet están continuamente buscando un vocabulario para describir sus experiencias, para captar la naturaleza del mundo electrónico y para superar las limitaciones comunicativas que presenta la tecnología. El ritmo al que se han acuñado nuevos términos y se han introducido variaciones humorísticas sobre los vocablos establecidos no tiene parangón en el lenguaje contemporáneo. No hay duda de que llegará un momento en que el ritmo de creación de esta nueva jerga descienda pero, en lo que llevamos de nuevo milenio, los editores, que han establecido páginas para supervisar la aparición de estos nuevos usos, informan de que no se ha registrado ninguna disminución en el ritmo de nuevas entradas. El *Jargon File*, que considera que "el lenguaje que emplean los piratas informáticos (hackers) para hablar entre ellos tiene como fin divertirse, comunicarse socialmente y hablar sobre técnicas", es rotundo por lo que respecta a sus propiedades dinámicas, lúdicas e innovadoras.¹²

El lenguaje de Internet está siendo sometido a un proceso de autonormalización ya que no existe ninguna institución que regule la *norma*. La ciberhabla es, efectivamente, una variación, aunque está muy lejos de ser una norma lingüística diferente, un idioma distinto y, por lo tanto, otro sistema diferente.

¹¹ Crystal, op. Cit. Pág. 33

¹² Crystal, op. Cit, pág. 82-83

Las situaciones de Internet ofrecen una variedad de directrices, principios, normas y reglas sobre cómo comportarse lingüísticamente una vez que se entra en el mundo de la comunicación cibernética. Esas normas las aprende el usuario según navega e intenta acceder a datos, leer textos, opinar... Sólo el usuario sabe las reglas de determinado grupo de chat o de un juego de rol virtual. Pero además, para orientar a otros en el camino de aprendizaje se han establecido una serie de premisas que afectan a la información y que podemos esquematizar del siguiente modo:¹³

Cantidad : la cantidad de información que se brinda debe ser completa pero sin añadir nada innecesario.

Calidad : que aquello que se diga sea verdadero y además, que no se afirme aquello de lo que no se tenga prueba..

Relevancia: diga cosas relevantes relacionadas con el tema de que se trate.

Modalidad: la manera de decirlo es importante, sea claro; evite la ambigüedad; sea breve y sea ordenado.

En definitiva, en todo acto de comunicación humano es necesario seguir unas pautas para que el resultado sea fructífero y relevante. Obviamente el contexto es muy importante a la hora de elegir el tipo de variación lingüística (diafásica, diastrática) que debemos emplear.

Además, los grupos de chat ofrecen normalmente las llamadas FAQs (Frequently asked questions [preguntas más frecuentes]), donde se explican las normas básicas que deberían seguir los nuevos participantes: por ejemplo, qué temas se desaconseja tratar, cómo referirse a los mensajes de los demás, qué conductas no están permitidas.

Las personas que no se ciñen a estas directrices corren el riesgo de ser sancionadas, así como de ser amonestadas explícitamente por el resto de participantes (desde con una reprimenda jocosa hasta con una severa amonestación verbal), o de recibir el castigo máximo: ser excluidas del grupo (por el moderador o, en ocasiones, por medio de un filtro automático) o que su servidor les cancele la cuenta. Sin embargo, a diferencia de la comunicación hablada, esto no llega a ser excesivamente molesto ya que uno puede dejar de leer cuando quiera, pero, en la comunicación hablada no podemos dejar de oír.

Reflexionemos ahora sobre los comportamientos en la vida real. Las directrices de cómo actuar en cada caso son insólitas. Cuando nos movemos por ahí no esperamos recibir orientaciones sobre cómo comportarnos, salvo en circunstancias muy determinadas como las señales de tráfico o advertencias como las de no pisar el césped. Las directrices lingüísticas se dan solamente en contextos de especialistas -por ejemplo, el tratamiento de respeto debido en el entorno militar, o la cortesía en los tribunales-, al cumplimentar los formularios -por ejemplo en el uso de las mayúsculas o dónde firmar- y en algunas otras situaciones. Sin embargo, cuando entramos en una tienda, no solemos recibir instrucciones acerca del modo de dirigirnos, hablar o agradecer al personal del establecimiento, ni esperamos que se nos den. La razón es obvia: tenemos toda una

¹³ Basado en H.P.Grice. *Logic and Conversation*, 1975. Peter Cole y Jerry L. Morgan (eds.) *Syntax and semantics 3 : speech acts*, Nueva York, 1975. : 41-58.

experiencia a nuestras espaldas que avala el aprendizaje de esas convenciones de interacción. Nuestros padres o cuidadores pasaron incontables horas enseñándonos estas normas pragmáticas de la lengua - di "gracias", "por favor", "no hables en misa", y nuestros profesores prosiguieron esa tarea con lecciones más avanzadas sobre las normas de cortesía, la forma de redactar cartas, informes y otra serie de habilidades lingüísticas. Los manuales de uso y libros de estilo¹⁴ están al alcance de aquellos que, habiendo recibido una educación al respecto, siguen albergando dudas sobre qué lenguaje se considera apropiado en cada ocasión, pero suele tratarse únicamente de conflictos puntuales en la variación de uso, y no de cuestiones de interacción, que se presumen conocidas. En la conversación cotidiana no esperamos encontrarnos con moderadores que nos digan si nos salimos del tema, si decimos algo inaceptable o si hemos ido muy lejos.

Sin embargo, las directrices parecen necesarias cuando establece comunicación un grupo de desconocidos, de diferente origen cultural. A diferencia del mundo real, estas directrices son necesarias precisamente porque no sabemos a ciencia cierta con quién estamos hablando casi nunca. Esto no es necesario, por ejemplo en una reunión o una tertulia real, donde cada uno se hace responsable de lo que diga o haga. Por otro lado, los distintos intereses, expectativas y capacidades de los usuarios, los rápidos cambios que está experimentando la tecnología informática y su creciente disponibilidad, así como el ritmo al que parece estar teniendo lugar el cambio lingüístico en Internet - mucho más rápido que cualquier otro en ninguna época de la historia- significa que es difícil afirmar nada categóricamente acerca de las características de esta variedad. No cabe duda de que algunos de los rasgos lingüísticos que hemos descrito más arriba seguirán formando parte de la identidad de la ciberhabla dentro de cincuenta años, mientras que puede que otros no duren otro año más.

¿Qué datos objetivos tenemos ya del uso de Internet en España?

El investigador Isidro Aguillo (CINDOC) demostró la necesidad de crear contenidos web de calidad en español, pues, en la actualidad, la presencia de este idioma en Internet apenas alcanza el 3% de los entre 12 y 15 mil millones de páginas electrónicas existentes. La Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes tuvo en abril de 2004 casi 6 millones de consultas realizadas por internautas de todo el mundo. En noviembre de 2003 habían sido 5,5 millones de páginas servidas.

En el campo educativo, por ejemplo, es donde los grupos se han construido con el fin de participar en un debate sobre la investigación universitaria o sobre técnicas pedagógicas, o para facilitar la interacción entre los estudiantes. La mayor parte de los debates científicos ha versado sobre la didáctica de lenguas extranjeras, así como sobre algunas innovaciones para hacer más efectiva la enseñanza y el aprendizaje. Hace mucho que estas áreas se sirven de la ayuda de los ordenadores para el aprendizaje de las lenguas (en lo que se conoce como CALL, computer-assisted language learning), pero Internet le ha dado una frescura nueva. Con un MUD¹⁵ -mundo virtual- puede recrearse toda una situación de enseñanza en el aula, ya sea para niños de siete años o para jóvenes de diecisiete. Como entorno de ese mundo virtual puede servir el campus, la clase, o un centro empresarial. Puede ser ficticio o una recreación perfecta de una parte del mundo real. Pero tanto si su fin es la lucha como si es la conversación, la destrucción o el debate, la investigación o el entretenimiento, todos los MUD tienen una

¹⁴ Manual de estilo de El país, ABC, El Mundo...

¹⁵ MUD: Multi User Dungeon, mazmorra multiusuario, del juego de rol "Dragones y mazmorras".

cosa en común: son bases de datos interactivas que crean entornos virtuales -todos basados en un texto- en los cuales los usuarios interactúan en tiempo real. Y es en esto donde basta asomarse un momento a la Red para darse cuenta de cuán notable es su ámbito lingüístico, ya que, en principio, cualquier cosa que pueda escribirse, puede aparecer en la Red, y en buena medida ya lo han hecho en forma de librerías digitales, archivos de texto electrónicos y servicios de archivos de datos¹⁶.

Hay otras consecuencias lingüísticas que se derivan de la importancia de escribir en la Red, cuando pensamos que la gente produce contenidos para un lector potencial universal. ¿Cómo se aprende a escribir para millones de personas, con claridad (sin olvidar que la audiencia es internacional) y sensibilidad cultural? Este punto se reconoce de inmediato en los grupos de chat. El manual de usuario de Usenet, por ejemplo, dice lo siguiente:

“No se olvide de que Usenet se utiliza en todo el mundo cuando envíe sus artículos. Puede que incluso aquellos que puedan leer su lengua tengan una cultura radicalmente distinta de la suya, de tal forma que cuando lean sus palabras, no interpreten lo que usted piensa que significan.”

Este tema adquiere aún más importancia cuando pensamos en la amplia variedad de temas que se tratan y comunican a través de la Red. Pero en la Red nos enfrentamos a un problema distinto, porque no hay ningún poder central que controle su lenguaje: los moderadores, carecen de este poder: los servidores pueden intentar prohibir ciertos tipos de sitios, pero se cuele un montón de lenguaje sin censurar.

La perspectiva universal debemos de adoptarla al leer, no al escribir. Si uno para a pensar qué implicaciones puedan tener determinadas palabras en cualquier cultura del mundo, al final no escribiría nada. Si leemos un texto escrito en Santander con una frase como: “Compra unos ojitos en la cuesta pindia” pocos sabrán que los ojitos son un pescado parecido al lenguado y que una cuesta pindia es muy pronunciada. Humberto López Morales tiene recogidos un gran número de situaciones cómicas con los malos entendidos que se producen incluso entre diferentes países de Hispanoamérica y la acepción que cobran muchas palabras en cada lugar.

La gente tiene más poder para influir en el lenguaje de la Web que en cualquier otro medio, porque se opera en ambos lados de la divisoria comunicativa: en el lado de la recepción y en el de la comunicación. No solo se lee un texto, sino que se pueden añadir cosas al mismo; de este modo, la distinción entre creador y receptor se hace más difusa. Lo más próximo a esto, en la escritura tradicional, era anotar nuestras opiniones en los márgenes de un libro o subrayar o marcar determinados pasajes. Ahora podemos hacer esto mismo con las páginas interactivas, pero nuestra participación se manifiesta con idéntica tipografía a la del texto original, lo cual es una pesadilla para cualquier estilista. En el fondo el problema del conocimiento está en la tarea de cómo evaluarlo. Han de establecerse criterios que permitan discriminar lo que tiene sentido de lo trivial, por lo que se refiere a un punto de vista determinado, y hay que introducir criterios que permitan aplicar la idea de relevancia. La queja común actualmente es que estamos

¹⁶ El estudio de Condrón (2000a) muestra diversas fuentes de importancia, como el Servidor de Datos en Artes y Humanidades (<<http://ahds.ac.uk>>), el archivo de texto de Oxford (<<http://ota.ahds.ac.uk>>), y el Centro de Texto Elcetonico (<<http://etext.lib.virginia.edu>>). Los catálogos on line, como los de la Biblioteca Británica y la Biblioteca del Congreso, también son importantes vías para encontrar recursos.

siendo fagocitados por el conocimiento, y en todas partes se oye que hay una "sobrecarga informativa" ¿Qué sentido tiene para mí, si busco la entrada lingüística "operación" en mi buscador y obtengo 8000 resultados?

La solución es obvia: dar al usuario la oportunidad de seleccionar el contexto. Al usuario se le pregunta "¿Quiere decir "operación económica, matemática, fisiológica, comercial...? Una vez elegida la opción, el software buscará entonces, en aquellas respuestas relevantes dentro de esa selección. El procedimiento parece simple, pero no lo es, pues ha de formalizarse la noción de contexto e incorporarse resultados al software. Pero ¿cuál es la base semántica de un dominio como la economía, el comercio, la medicina, la matemática o de cualquiera de sus subdominios relevantes? ¿Qué elementos léxicos "clave" son los que hay que buscar y cómo se buscan? Esta tarea va más allá de un mero escrutinio de las entradas léxicas que figuran en un diccionario o en un tesoro. Estos pueden servir de punto de partida, pero la organización alfabética de un diccionario y los agrupamientos en forma de conceptos que contiene un tesoro carecen de este tipo de enfoque semántico.

Para terminar, hay que decir que los libros sobre tecnología digital advierten a sus lectores de que todo cuanto dicen caducará pronto; y no son una excepción aquellos que abordan la perspectiva lingüística del mismo tema. Por lo tanto, debo confesar que todas las direcciones Web aportadas a este trabajo existían cuando se redactó pero no sabemos cual será su vigencia.

Dra. Lourdes Royano Gutiérrez

Bibliografía:

- Baverez, Nicolas: *La france qui tombe: un constat clinique du déclin française*. Perrin, 2003
- Crystal, David: *El lenguaje e Internet*. Cambridge University Press, Madrid, 2002
- Díaz Noci, Javier / Meso Ayerdi, Koldo: *Periodismo en Internet*. Modelos de la prensa digital. Universidad del País VSCO, 1999.
- Gimeno Menéndez, Francisco / Gimeno Menéndez, M^a Victoria: *El desplazamiento lingüístico del español por el inglés*. Madrid, Cátedra, 2003
- Ramírez, Goretti: *María Zambrano, crítica literaria*. Devenir Ensayo n^o2, Madrid, 2004
- Royano Gutiérrez, Lourdes: "Aplicación de la Lingüística moderna en la enseñanza de lenguas" *Adquisición de lenguas, teorías y aplicaciones*. Actas del VI Congreso de la Asociación Española de Lingüística Aplicada. Universidad de Cantabria. Págs. 483-490. 1989.
- Análisis de estética de la recepción en la narrativa de Miguel Angel Asturias*. Tesis Doctoral. (Tomos I y II) Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cantabria. Santander, 1992.
- "La lingüística como base del aprendizaje de lenguas". *Factores en el aprendizaje de las lenguas*. Actas del VIII Congreso de la Asociación Española de Lingüística Aplicada. Universidad de Vigo. Págs. 619-631. 1992.
- *Las novelas de Miguel Angel Asturias desde la Teoría de la Recepción*. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Valladolid. 1993.
- "Propuestas sobre el análisis del discurso: algunos sistemas de significación e interpretación". *Actas del XI Congreso de la Asociación Española de Lingüística Aplicada*. Universidad de Valladolid, 1993. Págs. 685-693.
- "La función del lector". *Investigaciones Semióticas IV*. Madrid, Visor, Vol. 1. 1994. Págs. 229-235.
- - "La educación en el próximo milenio: la investigación sobre la lectura". Simposio Internacional *La educación: el reto del tercer milenio*. Barcelona, Institución familiar de Educación, 1995. Págs. 388-398.
- "Discurso artístico, discurso docente". *La Interdisciplinarietà en el Discurso artístico: ¿Realidad o Utopía?* Caramés, Escobedo, Bueno (eds.) Universidad de Oviedo, Servicio de Publicaciones, 1996. Vol. 2. Págs. 287-296.

- " La educación lingüística del niño. Reflexiones sobre la lengua oral y la producción escrita" *La formación del profesorado desde una perspectiva interdisciplinar: retos ante el siglo XXI*. Universidad de Cantabria, Servicio de Publicaciones, 1997. Págs. 245-254.
 - *El estudio de la obra literaria: tres ensayos*. Santander, UNATE, Ediciones Tantín. 1997
 - "El discurso filmico: sus lecturas" *El cine: otra dimensión del discurso artístico* . Universidad de Oviedo, Servicio de Publicaciones, 1999. Págs. 331-346.
 - *Fuera del olvido. Los escritores hispanoamericanos frente a 1898*. Santander, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cantabria. Lourdes Royano Gutiérrez (ed.) 2000
 - "Análisis de texto. Lengua y Literatura." *Pruebas de Acceso a la Universidad*. Bachillerato LOGSE 1999-2000. Universidad de Cantabria. Servicio de Publicaciones, 2000. Págs. 35-45.
 - " Las novelas de M.A. Asturias en el próximo siglo" (Les romans de Miguel Ángel Asturias dans le prochaine siècle)" *1899-1999. Un siècle de Miguel Ángel Asturias*. (Jean-Pierre Clément, Jacques Gilard et Marie-Louise Ollé, editeurs) Association ALLCA XX, Université de Poitiers_Centre de Recherches Latino-Américaines, Poitiers, 2001. Págs. 351- 363.
 - *Lengua española, sus aplicaciones a la Educación Primaria*. Santander.2002
 - - "Lo que debe saber el lector. La teoría de la Literatura y sus aplicaciones docentes." *Boletín de la Biblioteca de Menéndez Pelayo*, año LXXVII, enero -dic. 2001. Págs. 63-86. Santander, 2002.
 - "El humor a través de la lectura en la educación primaria". *El humor en todas las épocas y culturas*. (Caramés et al. ed.) Universidad de Oviedo. Edición digital. marzo 2003. Págs. 1-12.
- VVAA: *Guía de Internet para periodistas*. Madrid, CSIC, 2003.