

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

**CARRERA:
COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:
LICENCIADA Y LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:
CD INTERACTIVO SOBRE LA TRANSFORMACIÓN DEL LENGUAJE
ESCRITO Y LA RESIGNIFICACIÓN DE SÍMBOLOS Y SIGNOS EN
FACEBOOK**

**AUTORES:
JOHANNA ABIGAEL MONTEROS PARREÑO
JOSÉ EDUARDO TIPSE TOMALÁ**

**TUTORA:
JOHANNA FRANCISCA ESCOBAR TORRES**

Quito, Abril de 2016

Cesión de derechos de autor

Nosotros José Eduardo Tipse Tomalá y Johanna Abigael Monteros Parreño, con documento de identificación No 1719224576 y 1725776437, manifestamos nuestra voluntad y cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que somos autores del trabajo de grado/titulación intitulado: “CD interactivo sobre la transformación del lenguaje escrito y la resignificación de los símbolos y signos en Facebook”, mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciado en Comunicación Social, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En aplicación determinado en la Ley de Propiedad Intelectual, en nuestra condición de autores nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribo este documento en el momento que hacemos entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.



Nombre: José Tipse

Cédula: 1719224576

Fecha: Abril 2016



Nombre: Johanna Monteros

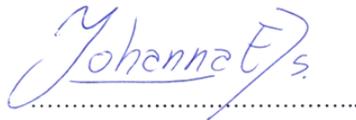
Cédula: 1725776437

fecha: Abril 2016

Declaratoria de coautoría del docente tutor/a

Yo Johanna Francisca Escobar Torres declaro que bajo mi dirección y asesoría fue desarrollado el producto comunicativo, CD interactivo sobre la transformación del lenguaje escrito y la resignificación de los símbolos y signos en Facebook, realizado por José Eduardo Tipse Tomalá y Johanna Abigael Monteros Parreño, obteniendo un producto que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana, para ser considerados como trabajo final de titulación.

Quito, Abril 2016



Firma

Johanna Francisca Escobar Torres

1714010301

Índice

Introducción	1
1. Cd interactivo sobre la transformación del lenguaje escrito y la resignificación de los símbolos y los signos en Facebook.....	4
1.1 Justificación.....	4
1.1.1 Objetivo General.....	4
1.1.2 Objetivos Específicos	5
1.2 El lenguaje escrito en la sociedad virtual	5
1.3 Cibercultura como reconocimiento social	9
1.4 Oralidad en el lenguaje escrito	12
1.5 Factores que contribuyen al cambio del lenguaje.....	14
1.5.1 Enfoque teórico desde la acción comunicativa	16
2. Pre - Producción o Fase de Planificación e Investigación	18
2.1- Descripción de la propuesta	18
2.2 Presupuesto total para la realización del proyecto	20
2.3 Cronograma	21
3.- Producción o Fase de Aplicación del Producto Comunicativo	22
3.1 Logo y nombre del producto	23
3.2 Visión General de la consola y contenidos	24
4.- Posproducción o Fase de Difusión.....	28
4.1 Validación y verificación de resultados	29
Conclusiones	35
Referencias	38

Índice de Figuras

Figura 1 Logotipo y nombre del producto.....	24
Figura 2 Visión general de la consola.....	24
Figura 3 Visión general de la consola.....	25
Figura 4 Interfaz animada.....	25
Figura 5 Secuencia dinámica/ contenidos.....	26
Figura 6 Botones de la plataforma.....	27
Figura 7 Asistentes.....	30
Figura 8 Utilidad del producto.....	31
Figura 9 Factores de transformación del lenguaje.....	31
Figura 10 Lenguaje y cultura.....	32
Figura 11 Interpretación del producto.....	32
Figura 12 Conocimiento sobre la temática.....	33
Figura 13 Características del cambio. en el lenguaje	33
Figura 14 Contenidos del producto.....	34
Figura 15 Evaluación.....	34

Índice de Tablas

Tabla 1 Presupuesto	20
Tabla 2 Cronograma.....	21

Índice de Anexos

Anexo 1 Encuesta dirigida a docentes	40
Anexo 2 Test de indagación dirigida a los estudiantes.....	42

Resumen

El CD interactivo “La transformación del lenguaje escrito y la resignificación de los símbolos y signos en Facebook”, surge con el objetivo de identificar las nuevas formas de escritura presente en redes sociales, mediante un producto comunicativo que refleje que el lenguaje no solo se limita a lo convencional sino a la relación con el mundo virtual, la cultura y las necesidades comunicativas.

Las formas narrativas y los factores que contribuyen a la creación de estos elementos comunicativos, fueron los pilares que se tomaron en cuenta para llevar a cabo la investigación y realización del producto. Los lineamientos presentes en la investigación están estrechamente ligados a la comunicación y lenguaje y a una explicación sistematizada, que se convierta en herramienta de apoyo didáctico para quien haga uso de ella.

Por consiguiente se realizará una exposición teórica sobre lenguaje, cultura digital, prosumidores¹ y consumidores, símbolos, signos y ejemplificaciones de la realidad inmersa dentro del lenguaje virtual, que estará plasmado en un producto de orden educativo.

La intencionalidad de esta propuesta es evidenciar que no existe una forma única de ejercer comunicación, que existen nuevos referentes para intercambiar información o mensajes, así como la adquisición de significantes que si bien recurren a transformar el lenguaje no dejan de ser formas de comunicación.

Abstract

The interactive CD "The transformation of written language and the redefinition of symbols and signs in Facebook as a new standard of communication", created with the aim to identify new forms of writing that has presented in social networks, through a edu-communicative product which reflects that language is not only limited to the conventional but to the relationship with the virtual world, culture and communication needs.

The narrative forms and the factors that contribute to the creation of these communication elements were the processes that were taken into account to carry out product realization. The guidelines present in this research are closely linked to communication and language and to a systematic explanation, which becomes a didactic support tool for anyone who uses it.

Therefore there will be a theoretical discussion of language, digital culture, prosumers and consumers, symbols, signs and exemplifications of immersed virtual reality within the language, which will be embodied in a product of educational order. The intent of this educational and communicative proposal is to show that there is no single way of exercising communication which are new standards to exchange information and messages, as well as the acquisition of signifiers that while resorting to transform the language no longer forms of communication.

Introducción

El nuevo contexto tecnológico de la mano de la comunicación, conlleva a que exista transformación del lenguaje escrito en las plataformas virtuales, generando una resignificación² en los símbolos y signos, así como la simplificación de términos al momento de escribir. Este tipo de cambios del lenguaje origina que se presenten nuevas alternativas para intercambiar información, es decir, se incurre al uso de teléfonos inteligentes, computadores o tablets para efectuar una comunicación más eficaz y eficiente.

A partir de esta perspectiva, se entiende que la comunicación utilizada a través de estos medios contemporáneos se llevará a cabo sin ningún tipo de especificidad, sin considerar una estructura determinada o formalidades.

En el presente tema de investigación se tomará como referencia a la realidad virtual³ para entender desde esta perspectiva las resignificaciones presentes entre los símbolos y signos en las redes sociales. Si bien, en el campo virtual existen un sinnúmero de redes de socialización, el trabajo está direccionado a una plataforma específica: Facebook. Esta red social al ser una herramienta popular, permitirá a los usuarios crear y compartir contenidos para llevar a cabo distintas formas de comunicación a través de emoticones, números y memes.

Para la construcción del producto se tomó en cuenta que los escenarios tecnológicos incitan a los usuarios a manejar el lenguaje escrito-virtual de forma más acelerada y espontánea sin necesidad específica de cumplir con reglas gramaticales, ortográficas, etcétera. A partir de ello, surgirán los nuevos referentes de comunicación, mediante la nueva adquisición simbólica que el individuo otorga a lo que comunica.

La investigación llevó consigo tres etapas de vital trascendencia para la elaboración del producto de titulación. En la primera etapa se realizó un diagnóstico previo a la temática, es decir, realizó una lectura y recolección de información sobre el lenguaje, la escritura y las redes sociales, escritura y escrituralidad, audiencias juveniles, oralidad y cultura digital.

Cada uno de los artículos revisados plantean aspectos crítico-teóricos de diferentes autores, que permitieron generar un análisis para la realización del producto final.

La segunda etapa de este proceso consistió en la pre-producción del producto. Esta etapa residió en la organización y planificación del producto y cómo se llevaría la propuesta. Se estableció cuáles serían las temáticas a explicarse, así como los formatos a usarse dentro del producto. Para ello se elaboró matrices y mapas de navegación que permitieran generar una perspectiva visual del producto con sus respectivos contenidos. La creación de menús alternativos y bocetos tentativos del diseño de la plataforma, también conformaron esta etapa de planificación del producto.

La tercera etapa o producción estuvo constituida por el diseño total del producto que cumplió con algunos requerimientos trascendentales como la edición de contenido, creación de imágenes, texto y la programación de escenas para su culminación

total. Para complementar esta etapa se realizó un manual de uso como forma complementaria al CD interactivo.

Para la última etapa se realizó la difusión del CD interactivo. El proceso de difusión se lo llevó a cabo a manera de taller con los docentes de las dos instituciones educativas visitadas y como complemento se lo expuso a los estudiantes de los diferentes planteles. La primera visita se efectuó en el Colegio Charles Babbage y la segunda en la Unidad Educativa “Darío Figuroa Larco”

Esta investigación tiene como finalidad convertirse en una propuesta con sustentos teóricos y de apoyo didáctico docente, que ayude a especificar la amplitud que tiene el lenguaje en la actualidad. Estos aspectos ayudarán a entender que la comunicación tiene muchas formas de manifestación y que dependerá de cada contexto o realidad sociocultural.

1. Cd interactivo sobre la transformación del lenguaje escrito y la resignificación de los símbolos y los signos en Facebook.

1.1 Justificación

En el producto de titulación lo que se refleja son las formas de lenguaje creadas dentro del entorno virtual, tomando en cuenta que la presencia de medios tecnológicos y las nuevas tecnologías de la comunicación y la información han generado que la interpretación del lenguaje escrito se torne amplia.

Es así que el presente producto surge con la iniciativa de generar una ayuda didáctica de uso docente, que permita explicar de manera lógica y teórica por qué transformamos el lenguaje, cuáles son los factores que interfieren en las resignificaciones comunicativas y su relación con la cultura. El producto pretende generar un análisis de cómo se maneja el lenguaje en la era digital y quiénes son los protagonistas de estos cambios.

El producto permitirá distinguir que el manejo de las nuevas tecnologías ofrece a los sujetos la posibilidad de dar un distinto uso a los símbolos y narrativa dentro de una red virtual, en este caso el Facebook. Finalmente, el producto nace con la idea de manifestar que el lenguaje no permanece estático, que se encuentra en constante cambio y que origina nuevas adquisiciones simbólicas.

1.1.1 Objetivo General

- Realizar un CD interactivo sobre la transformación del lenguaje y la resignificación de los símbolos y signos en Facebook.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Explicar los factores determinantes que originan la transformación del lenguaje escrito en Facebook.
- Identificar los signos, símbolos e imágenes usados en Facebook como nuevos referentes de comunicación.
- Generar la difusión del producto para que se convierta en ayuda didáctica en docentes de instituciones educativas.

1.2 El lenguaje escrito en la sociedad virtual

La presencia de los nuevos medios tecnológicos (TIC) en la sociedad como Internet y los usos procedentes de la misma, han conllevado a que el lenguaje escrito se transforme en los entornos virtuales. ¿Pero a qué se debe el cambio?

La globalización y los cambios de época producen esta serie de transiciones en la sociedad donde el lenguaje no es la excepción. El lenguaje se transformará en relación a las exigencias contemporáneas, tecnológicas y culturales, donde los usuarios serán los protagonistas de esta modificación al adaptarla, modificarla y darle significado.

La tecnología así mismo exigirá a sus usuarios el ahorro de tiempo dentro de las relaciones interpersonales, por este motivo esta nueva tendencia cultural comenzará a simplificar las palabras, adoptando una posesión de nuevos términos que son comprensibles entre ellos.

Barrera (2005) desde esta perspectiva considera:

Con la incorporación de las nuevas tecnologías en los diferentes ámbitos en los que se desenvuelve el hombre dentro de su sociedad, no cabe duda que se ha sentido el impacto y la repercusión de la nueva era digital, para muchos ha sido una solución, para otros una ayuda, “significa que se han convertido en un medio para el desarrollo de todo tipo de actividades de cualquier naturaleza(pág. 11).

Es evidente que las nuevas tecnologías son parte de la cotidianidad, por lo que es preciso identificar los efectos y factores que determinan estos cambios en las formas comunicativas actuales, tomando como base que las nuevas tecnologías contribuyen, influyen y son parte de estos procesos sociales con relación al lenguaje.

Refiriéndose al lenguaje, se plantea que éste se torna complejo y amplio, así como también tendrá su validez desde las convenciones sociales. Esto quiere decir que los cambios a los que se encuentre presto dependerán estrictamente del significado universalizado que se le atribuye a lo que se comunica.

Parrilla (2007) en relación a los cambios del lenguaje expresa:

No se puede discutir la practicidad y el ingenio en ciertos casos frente a la transformación de la lengua y la mutación hacia nuevas formas –la substitución de letras, la abreviación indiscriminada, la aparición de nuevos términos, entre algunos ejemplos–, o bien la tendencia a universalizar símbolos (los emoticones)(pág. 132).

Dentro de este proceso de transformación del lenguaje, ha de tomarse a la cultura como uno de los factores predominantes para la apropiación y creación de formas de comunicación, si se entiende al lenguaje como la capacidad que tiene cada ser humano para expresarse y desenvolverse en la sociedad dentro de su entorno.

Una característica del lenguaje es su continuo crecimiento y evolución en todos los aspectos, en tanto que es expresión viva de la naturaleza y la cultura de los seres humanos. Ateniéndonos a esta afirmación, deberíamos aceptar como un paso natural esta revolución mundial en el lenguaje(Parrilla, 2007, pág. 132).

Existen diversas formas de estructurar el lenguaje por medio de signos, símbolos, jeroglíficos, señales, dibujos, palabras escritas, sonidos etcétera. El lenguaje no hace referencia a algo en particular, por el contrario es un bagaje amplio de herramientas e instrumentos que permitan transmitir ideas hacia una o más personas, generando con esto un proceso de relación con el otro.

Por consiguiente, como el lenguaje no hace referencia a una sola especificidad, no considera entre su estructura un orden determinado o una formalidad previa al momento de generar lenguaje.

El lenguaje escrito en la sociedad virtual genera una relación estrecha entre el espacio y el tiempo. Esta nueva relación de espacialidad y temporalidad superará las barreras de limitación que posee el mundo concreto, configurando un nuevo entorno en el que la información y la comunicación se muestran accesibles al usuario.

Algo fundamental que caracteriza el lenguaje escrito virtual a parte del espacio y del tiempo, es la conjugación de imágenes y de sonidos que se estructuran en la virtualidad. Con ello, las imágenes y los sonidos juegan un papel importante y específico en este punto, puesto que recrean y simulan al mundo real, generando una sensación de estabilidad al usuario.

Así mismo el lenguaje se presenta a través de dos tipos de realidad virtual: la realidad virtual inmersa y la no inmersa. La realidad inmersa se desarrolla en base a una vinculación más amplia y detallada, en donde, se genera un ambiente tridimensional en el cual se establezca una mejor conexión entre el usuario y la virtualidad, generando una experiencia más realista. Esta realidad inmersa se da gracias a ciertas herramientas propias de la tecnología como por ejemplo el uso de guantes, cascos, gafas u otros dispositivos especiales.

Por otra parte, en la realidad no inmersa y la que tiene relación con la temática, se desarrolla un ambiente no tan detallado; se trata de una relación del espacio-tiempo sin la necesidad de instrumentos que generen estructuras tridimensionales. Esta realidad se da más en la relación con el internet y los aparatos inteligentes. Además tiene más aceptación al considerársela como más accesible y económica para quienes la usan.

La realidad virtual entonces desempeñara un rol trascendental dentro de las nuevas formas de lenguaje escrito, estructurando la formación de una nueva cultura que establece sus propios parámetros de identificación, confrontando las formalidades al momento de llevar a cabo la comunicación a partir del uso de nuevas formas de expresión escrita.

Es probable que se establezca una resignificación de los signos y símbolos tradicionales, adoptándolos y adaptándolos dentro del entorno virtual, pero que no tendrán la misma validez dentro del entorno convencional establecido. Se instituirá así una nueva estructura de comunicación variada, que se muestre entendible hacia la percepción de los receptores, que no sigue un orden esquemático o específico de la escritura tradicional.

1.3 Cibercultura como reconocimiento social

La cibercultura constituye una forma de representación cultural. En palabras de Martín Barbero (2001):

Lo que la trama comunicativa de la revolución tecnológica introduce en nuestras sociedades no es pues tanto una cantidad inusitada de nuevas máquinas sino un nuevo modo de relación entre los procesos simbólicos –que constituyen lo cultural- y las formas de producción de los bienes y servicios (pág. 80).

Esta relación entre los procesos simbólicos y la cultura se debe a que los sujetos a través de los espacios virtuales tienen la facilidad de mostrarse, definirse, expresarse, construir lenguajes y comunicarse al ser parte de un mundo globalizado en constante rotación y presto al cambio.

En base a esto se cree que las nuevas generaciones harán uso de estas nuevas plataformas para ser socialmente reconocidos. Sería importante señalar quienes son los sujetos partícipes de estos procesos culturales. Se podría plantear que cualquier persona con un computador o teléfono celular y con acceso a internet es capaz de transformar el lenguaje; pero si se habla de reconocimiento social, redes sociales y lenguaje los jóvenes serían los principales actores. Así lo confirma una encuesta realizada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en donde se estableció que el 81,6% en edades comprendidas entre 16 y 24 años hace uso de redes sociales. (INEC, 2012).

Con ello se visibiliza que los adolescentes y jóvenes contribuirían a estos constructos lingüísticos al crear contenidos, compartir información, intercambiar emoticones, ya que son formas de expresión para mostrarse, acumular seguidores o distinguirse. Un ejemplo claro de ello es la creación y difusión de representaciones visuales como los memes, que hoy en día constituyen una forma simbólica del lenguaje.

Para complementar lo expuesto es necesario decir que:

El estar en una red social virtual es un signo de reconocimiento social. Es un espacio donde se encuentra el reconocimiento social. Por lo tanto, es un sitio en el que: hay que estar. De hecho, la ausencia en las redes sociales es señalada como sinónimo de exclusión (Huertas Bailén & Figueraz Maz, 2014, pág. 27).

El requerimiento virtual es una de las razones por la que los sujetos crearán comunidades orientadas a componer nuevas formas de lenguaje en redes sociales, como en el caso de Facebook. Esto con el objetivo de darle significado a las representaciones

visuales o escritas que comparten y crean. Hay que tomar en cuenta que estos significados variarán entre las diferentes culturas existentes, lenguaje y el sentido que se le dé al mundo.

Hall (1997) expresa que “son los actores sociales los que usan los sistemas conceptuales de su cultura y los sistemas lingüísticos y los demás sistemas representacionales para construir sentido, para hacer del mundo algo significativo, y para comunicarse con otros, con sentido, sobre ese mundo”(pág. 10).

Así como tenemos la capacidad de dar sentido a lo que transmitimos, existen espacios que permiten que estos discursos sean expresados o difundidos. Huertas Bailén & Figueraz Maz,(2014) manifiestan:

Las posibilidades comunicativas que ofrecen las redes sociales como Facebook o Tuenti permiten la creación y circulación de ‘discursos’ creados por los usuarios que pueden ser explicados desde una perspectiva Nietzscheana: el usuario fabrica y difunde su propia realidad, fabrica su yo en virtud de una realidad social deseada con independencia de que ésta sea cierta o no. La generación de estos discursos en las redes sociales crea un cambio importante respecto a lo que fueron las características de la comunicación en el pasado y lo que son en la actualidad(pág. 57).

1.4 Oralidad en el lenguaje escrito

Si se hace hincapié en las nuevas formas de escritura, se ha de evidenciar que la escritura presente en la realidad virtual es muy diferente a la forma de escritura tradicional, estos cambios se deben a la exigencia virtual por comunicarse con mayor rapidez y agilidad, por lo que la escritura y la retórica dentro de este campo tiende a modificarse. Ha de establecerse también que la oralidad dentro de estos procesos desempeñará un rol importante al momento de efectuarse la comunicación. Así lo plantea Tabachink(2010) quien expresa:

En su materialidad significativa, los diálogos virtuales, desarrollados íntegramente en pantalla (tanto en las condiciones “síncronas” del chat, como en las diferidas de las listas de correo electrónico) no son sino escritura, pero una escritura “conversada”, modulada (o alterada) por ritmos, tonos, acentos y giros propios de la interacción oral(pág. 169).

Desde esta perspectiva se entenderá que la forma de comunicación virtual no es más que el resultado de una forma de expresión que parte en primera instancia desde la oralidad y que se manifestará según las convencionalidades del lenguaje existentes en cada cultura, en cada sujeto, etcétera.

Ahora, ¿Qué es oralidad y cuál es la relación con el lenguaje virtual?

Mostacero (2011, pág. 101) cita a Ong(1982)explicando: “La oralidad es una realidad coloquial, tautológica y evanescente. Coloquial porque se construye en la interacción espontánea, cotidiana; tautológica, por su carácter repetitivo y reiterativo, con escasos márgenes para la originalidad; y evanescente” La oralidad es entendida como una forma

comunicativa que va desde el grito de un recién nacido hasta el diálogo generado entre amigos.

En relación a oralidad se plantean dos clases: primaria y secundaria.

La primaria, hace referencia a las culturas que sólo la utilizan para comunicarse y que les permite activar su memoria. Las culturas orales tienen un conjunto de conocimientos, hábitos, tradiciones, representaciones, simbolismos y significaciones que permiten descubrirlas.

La oralidad secundaria, que es un término inventado por Walter J. Ong en 1970, plantea a la cultura de lenguaje hablado en los medios de comunicación, por contraste a la cultura escrita. Aun cuando se plantean dos tipos de oralidades es evidente que la cultura continúa siendo oral, pues no existe otro modo de comunicarse, compartir, etcétera. Sin embargo, es secundaria esta forma de oralidad pues se sustenta en la palabra escrita y la imagen visual. Entonces la comunicación dentro del campo de la tecnología de la información se verá plasmada como una forma de expresión escrita, pero que se origina desde la oralidad de determinada cultura.

Esta nueva forma de expresión escrita se verá plasmada dentro de un determinado entorno virtual. Cuando se habla de realidad virtual se hace relación a un mundo creado, es decir, un universo no presencial, pero que funciona de forma similar al mundo concreto. Este universo se encargará de satisfacer y generar respuestas a ciertas necesidades que la realidad concreta no puede.

1.5 Factores que contribuyen al cambio del lenguaje

Las formas de escritura virtual se apegan a varios factores que contribuyen a que el lenguaje no permanezca estático sino que se transforme continuamente. Uno de ellos es la “inmediatez”. Por esta razón, las personas que se comunican en plataformas virtuales, desean optimizar el tiempo, llevándolos así a la simplificación de la escritura, al uso de nuevos signos y símbolos etcétera.

Otro factor determinante se relaciona directamente a la teoría del conductismo y lenguaje establecida por Frederic Skinner⁴, donde se pone de manifiesto que todas nuestras características son conductas y se rigen por el esquema de estímulo- respuesta. El ser humano no tiene nada innato a la hora de aprender el lenguaje, hay que ver el lenguaje como una conducta más y a partir de ahí ver como ésta se modifica.

O’Shannan (1995) manifiesta que:

Desde esta perspectiva teórica se defiende que la conducta es aprendida a través de las propias experiencias del individuo, por lo que la adquisición de cualquier tipo de conducta, incluido el lenguaje, es función de las influencias del medio-ambiente. Este énfasis del conductismo por lo externo se explica si tenemos en cuenta que el conductismo se desarrolló expresamente como una "escuela" en oposición a la escuela del estructuralismo y al funcionalismo(pág. 13).

Es decir que el lenguaje establecido en las nuevas escrituras virtuales, son el resultado de una modificación al lenguaje, una construcción de nuevos símbolos comunicativos y

una forma de conducta, respuesta o expresión de la sociedad actual por la presencia de factores tecnológicos vigentes.

Aún cuando esta forma de escritura en la comunicación virtual puede resultar incomprensible para muchos, es una realidad que parte de la modificación del medio o entorno social y que ha sido adoptado y adaptada dentro del contexto comunicativo como una nueva forma de lenguaje.

Hay que resaltar que esta modificación o cambio se ajusta a reducidos espacios de tiempo en los cuales se evidencian extremas capacidades de síntesis en la escritura, estructurando una modificación en la escritura preestablecida.

Los signos del lenguaje son, en cierta medida “arbitrarios y convencionales”, ya que muchas veces no existe una relación lógica con el referente y reposan en una aceptación social previa, es decir, “nacieron de un consenso tácito social o de algún tipo de motivación”(Fuenmayor, 2010, pág. 93).

Esta nueva representación de lenguaje responderá a una serie de construcciones sociales, creadas desde la necesidad de simplificar y facilitar la forma de comunicación, será socialmente aceptada por el círculo cultural que haga uso de ella.

En estos espacios se pueden mantener conversaciones simultáneas con varios participantes, por lo que hay que leer con la misma rapidez de acuerdo a las respuestas que se reciben. Se puede compartir imágenes, stickers o emoticones que adviertan un estado de ánimo, cambios repentinos o una forma de ser de la persona que los publica.

Es normal que aparezcan abreviaturas por falta de tiempo así como también la ausencia de retórica que se puede evidenciar.

1.5.1 Enfoque teórico desde la acción comunicativa

En relación a los factores que contribuyen al cambio de lenguaje se determinará a continuación como enfoque teórico a la acción comunicativa, para reforzar cuales son los aspectos fundamentales dentro del mundo lingüístico que permite que otorguemos significado y entendimiento a lo que comunicamos. A continuación se abordará en qué consiste la acción comunicativa en relación a las significaciones que damos al lenguaje.

Como primer instancia se ha de entender que la acción comunicativa es el resultado de una interacción de dos o más sujetos que entablen una relación mediada por símbolos.

Con esta interacción, Habermas⁵ el autor de esta teoría, pone de manifiesto que la acción comunicativa tiene estrecha relación con el mundo de la vida. Y al referirse al mundo de la vida toma a consideración el espacio donde el oyente y el hablante se relacionan para dar lugar a un intercambio lingüístico mediado por acuerdos. El lenguaje desde esta visión adquirirá su significación según la convención social establecida por el mundo y desde un entendimiento colectivo o consenso simbólico.

El consenso y entendimiento de determinada realidad tendrá relación con otro factor al que Habermas se refiere es su texto y tiene que ver con los tres mundos: el mundo objetivo, el mundo social y el mundo subjetivo. A partir de estos mundos es como se da sentido y significado a lo que comunicamos.

Con ello se entiende por qué el lenguaje se ve presto a diferentes modificaciones, todos ellos tendrán que ver a como se entiende al mundo. Así mismo la significación o

resignificación que los sujetos generan a los símbolos como en este caso Facebook tendrá su validez porque son entendibles entre sus usuarios, quienes a partir de un acuerdo han sabido construir nuevas formas de lenguaje.

Otro aspecto que se establece dentro de esta teoría está relacionado al lenguaje desde lo visual. Esto quiere decir que construimos el lenguaje a partir de lo que se observa, desde las imágenes que el mundo proyecta y a la cual le asignamos significados. “Las imágenes del mundo almacenan un saber cultural con cuya ayuda una comunidad de lenguaje interpreta el mundo. Toda cultura establece en su lenguaje una relación con la realidad”(Habermas, 1987, pág. 87).

En el caso del tema de investigación el lenguaje es receptado en Facebook netamente desde lo visual y será proyectado del mismo modo con imágenes y textos. El ámbito cultural también tiene estrecha relación en la construcción del lenguaje. Cada cultura establecerá formas de comunicación desde su realidad, desde su comprensión del mundo pero desde un acuerdo social como ya se mencionó.

Finalmente ha de entenderse que la teoría de la acción comunicativa, permite determinar que la comunicación se efectúa en primera instancia desde la relación interpersonal, desde las imágenes que el mundo proyecta y desde las significaciones que atribuimos a los signos o símbolos desde el convenio colectivo que permitirá que exista integración social y la reproducción de la cultura.

2. Pre - Producción o Fase de Planificación e Investigación

La etapa de pre-producción consistió en la organización y planificación del producto así como el planteamiento de cómo se llevaría la propuesta. Para su realización se abordó la parte teórica en primera instancia para que la propuesta contenga fundamentos teóricos que lo respalde.

Una vez definida la bibliografía, se estableció cuáles serían las temáticas a explicarse y los formatos a usados al interior del producto. Para ello se generaron matrices que permitieran generar una perspectiva visual del producto con sus respectivos contenidos.

Más adelante se plantearon menús alternativos y bocetos tentativos del diseño de la plataforma, que permitieran finalmente definir la estructura final del producto.

2.1- Descripción de la propuesta

El CD interactivo surge con la idea de visibilizar los nuevos referentes del lenguaje escrito en la realidad virtual y que se convierta en ayuda didáctica para docentes. El propósito es reflexionar que la comunicación en la era digital se presentará libre, dando apertura a que los usuarios sean consumidores y prosumidores de cualquier contenido y hagan uso pleno del lenguaje según su preferencia.

A continuación se describirán los pasos que se establecieron para la elaboración del producto comunicativo.

1. Al ser aprobado el tema de titulación mediante Consejo de Carrera, se procedió a la recolección de información necesaria para elaborar el diseño del producto.

2.- Posterior a ello, se elaboró organigramas que permitieron separar los datos investigativos y plasmarlos más adelante en el CD interactivo.

3.- Una vez determinados los tópicos a usarse en el producto, se realizó algunos bocetos para definir cuál sería el diseño definitivo o plantilla de cada una de las escenas al interior del CD.

4.- Como el producto debe ser expuesto y difundido se realizó una visita a la institución educativa “Charles Babagge” para organizar en conjunto con las autoridades del plantel una primera visita a manera de taller en donde se les explicó a los estudiantes, la finalidad del producto y su función en relación al lenguaje.

5.- Para la elaboración del producto se contó con dos computadoras portátiles, la primera para la edición del producto en Adobe Flash CS6 y la segunda para la sistematización de información, creación de botones, ilustraciones y el informe.

Finalmente para la elaboración del producto, se efectuó una investigación netamente teórica y de observación, que permita entrever la lógica del producto a la realidad del lenguaje dentro de las sociedades virtuales. Hay que resaltar que para la realización del producto se tomó en cuenta las siguientes líneas metodológicas:

- **Investigación descriptiva:** Se tomó como referencia este tipo de investigación porque permite la caracterización, descripción indagación, observación y definición coherente en relación a la temática planteada.
- **Investigación Explicativa:** Este tipo de investigación ayudó a entender un porqué de los hechos. Con esto se puede explicar la teoría necesaria, los factores y principios del tema investigado.

Con este enfoque los objetivos establecidos dentro de la investigación pudieron encaminarse para posteriormente plasmarlas en el CD interactivo.

2.2 Presupuesto total para la realización del proyecto

Recursos Técnicos y de Investigación

Tabla 1.

Presupuesto

PRESUPUESTO			
MATERIALES	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Computadora portátil HP 435Notebook	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Computadora Acer - ICORE 7	1	\$ 650,00	\$ 650,00
Adobe Flash Cs6	1	\$ 699,00	\$ 699,00
Adobe Illustrator Cs6	1	\$ 599,00	\$ 599,00
Batería(cargador computadora)	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Memoria Flash	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Movilización			
Transporte		\$ 100,00	\$ 100,00
Gasolina		\$ 150,00	\$ 150,00
Alimentación			
Gastos en comida	2 partícipes	\$ 100,00	\$ 200,00
Imprevistos 5%	Extras	\$ 150,00	\$ 150,00
TOTAL			\$ 3.158,00

Nota: Elaborado por Monteros yTipse, 2016

2.3 Cronograma

Tabla 2.

Cronograma

Actividades	2015								2016		
	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB
Aprobación de tema de titulación											
Designación de Tutor											
Primer trabajo investigativo de indagación											
Presentación de esquema de diseño del producto											
Aprobación de diseño y plantillas											
Trabajo de marco teórico											
Edición del producto											
Primera visita a la institución educativa (indagación)											
Difusión del producto en el Colegio "Charles Babbage"											
Segunda difusión del producto: Unidad Educativa Darío Figueroa Larco											
Desarrollo del informe final del producto											
Entrega del trabajo de titulación											

Nota: Elaborado por Monteros y Tipse, 2016

3.- Producción o Fase de Aplicación del Producto Comunicativo

En la etapa de producción se estableció los elementos y materiales necesarios para configurar el producto final, así mismo hay que especificar que en esta etapa se encuentra la realización del manual de uso del producto.

Para la realización del CD interactivo se hizo uso del programa de Adobe Flash Cs6, donde se diseñó en primera instancia la pantalla de inicio con una pregunta de fondo y con un diseño a manera de consola. Para el diseño y dibujo de imágenes que constituyen y son parte de la consola se hizo uso del programa Adobe Illustrator Cs6, en donde se diseñó los emoticones, botones y algunas de las diferentes pantallas que contiene el producto.

Mientras se realizaban estos procesos de producción del producto, también se estaba trabajando la parte teórica. Como el producto tiene la intencionalidad de ser una ayuda didáctica, el contenido que se ubicó en el CD tuvo que ser sintetizado para un mayor entendimiento.

Al determinar todo el material a usarse, (imágenes-texto-sonido), se procedió a la edición y programación del CD. La consola diseñada está constituida por 8 botones que direccionan hacia los diferentes contenidos. Los nombres usados en los diferentes botones de contenido son los siguientes:

- Tutorial: El botón con este nombre hará referencia a todos los aspectos teóricos a trabajarse dentro del CD
- Personajes: En esta secuencia se explicará la historia de los memes.

- Dificultad: Este botón planteará algunos de los resultados de la transformación del lenguaje
- Glosario de signos: Se identifica en este botón la resignificación de letras por números
- Virtualidad: Explicación teórica
- Glosario de símbolos: Se establecen e identifican los emoticones usados en Facebook
- Juego/Actividad en relación a la temática trabajada.
- Referencias

La distribución y ejecución del CD interactivo estuvo bajo la dirección de la Docente Johanna Escobar, quien se encargó de la revisión del producto, de los detalles visuales, estéticos y la asesoría en cuanto al programa de edición en uso. La producción del producto estuvo a cargo de los estudiantes José Tipse y Johanna Monteros.

A continuación se presentará el diseño de la plataforma interactiva su logo y contenidos:

3.1 Logo y nombre del producto

El logo del producto hace referencia a una red de comunicación que se encuentra en movimiento es decir los usuarios representan la parte circular del logo y las líneas la interacción entre cada uno. El nombre del producto resulta de la unión de palabras: Lenguaje escrito en Facebook. Le (lenguaje), e (Escrito) y Book (última sílaba de la palabra Facebook).



Figura 1. Logotipo y nombre del producto
Nota: Elaborado por Tipse y Monteros, 2016

3.2 Visión General de la consola y contenidos



Figura 2. Visión general de la consola
Nota: Elaborado por Tipse y Monteros, 2016

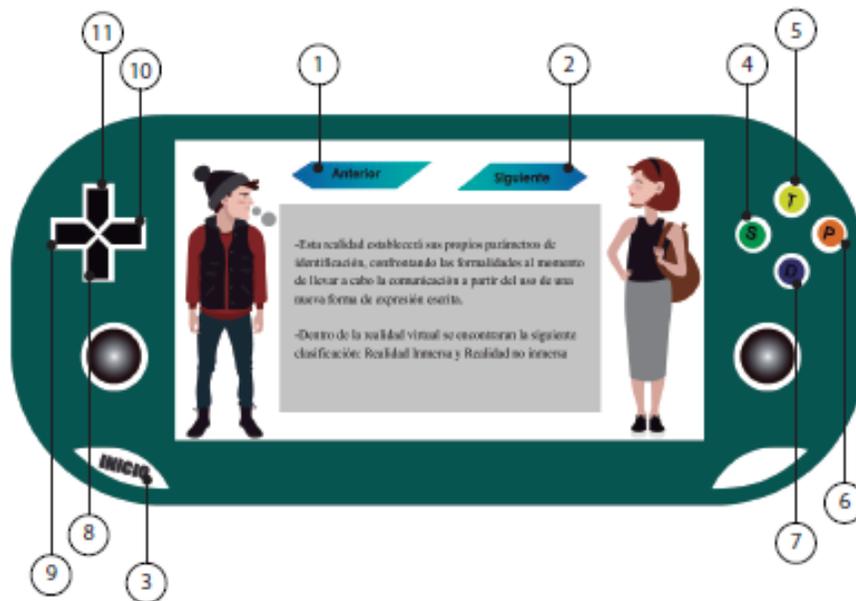




Figura 5.Secuencia dinámica/contenidos

Nota: Elaborado por Tipse y Monteros, 2016

Visualización de Botones



La funcionalidad de cada botón está diseñada para una mejor interacción, además se configura con nombres que facilitaran la interacción y permita ser amigable con el usuario.

- 1 Anterior; permite regresar de escena.
- 2 Siguiete; permite continuar con la escena próxima.
- 3 Inicio; permite acudir a la pantalla principal de menú.
- 4 Signos; direcciona a la escena del glosario de signos.
- 5 Tutorial; direcciona a la escena de conceptualización.
- 6 Personajes; direcciona a la escena de explicación de memes.
- 7 Dificultad; direcciona a la escena que muestra el motivo del cambio del lenguaje.
- 8 Bibliografía; direcciona al listado de referencias.
- 9 Virtualidad; direcciona a la escena que explica sobre realidad virtual.
- 10 Juego; direcciona al juego planteado.
- 11 Emoticones; direcciona a la escena que muestra un glosario de emoticones.

Figura 6. Botones de la plataforma

Nota: Elaborado por Tipse y Monteros, 2016

4.- Posproducción o Fase de Difusión

Para la etapa final y una vez aprobado el producto, se realizó la difusión del CD interactivo en dos instituciones educativas. Para poner en evidencia los elementos que originan la transformación del lenguaje escrito, se difundió el producto a manera de taller en donde se plasmaron los factores que contribuyen a la modificación del lenguaje: cultura, tiempo, oralidad, la escritura virtual, escritura tradicional, el uso de signos, símbolos y memes.

Para llevar a cabo este proceso se realizó un diagnóstico previo, aplicando un pequeño test en los estudiantes sobre el tema a tratarse.

Para la ejecución del mismo se tomó como participantes a los alumnos de la institución con un rango de edad de 14 a 19 años aproximadamente en ambos establecimientos educativos.

La duración de la difusión fue de 2 horas. La intencionalidad de esta propuesta, fue plasmar que no existe una forma única de ejercer comunicación y que los adolescentes contribuyen y son parte primordial de estos procesos.

Para la difusión al cuerpo docente, el proceso se lo llevo a cabo en primera instancia abordando la temática del CD, socializando en conjunto los contenidos para dar paso posterior a una evaluación del producto donde se efectuó una encuesta sobre la utilidad del producto.

El primer establecimiento fue el Colegio Militar Mixto “Charles Babbage”; ubicado en el cantón Rumiñahui, donde a priori ya se realizó una primera visita con las autoridades pertinentes para concretar una segunda visita. Al obtener la autorización del Rector,

Lic. Luis Romo se dio paso a la difusión del producto dirigida a los estudiantes de Bachillerato del plantel. La difusión del producto se lo llevo a cabo el 27 de enero de 2016. La exposición así mismo, contó con la presencia de los integrantes del cuerpo docente, quienes gentilmente supieron colaborar en el proceso.

La segunda visita de difusión se la realizó en la Unidad Educativa Darío Figueroa Larco con la aprobación respectiva del Vicerrector Lic. Edgar Balseca quien es el encargado del área pedagógica de la institución. Con su apertura el producto fue difundido el 28 y 29 de enero. Se lo efectuó en dos días pues el número de estudiantes y docentes es superior.

4.1 Validación y verificación de resultados

Para la verificación del CD interactivo “Leebook”, se procedió a realizar una encuesta posterior a la difusión del producto. La encuesta se la llevó a cabo en la Unidad Educativa Darío Figueroa Larco.

Los docentes que participaron de la difusión mostraron toda la predisposición al momento de llenar la encuesta. Así mismo supieron brindar sus comentarios y recomendaciones en relación al CD interactivo.

El objetivo de la encuesta radicó en evaluar y validar el producto desde la opinión del personal docente de la institución. A continuación se presentará los datos y resultados de la encuesta.

Nombre del proyecto: CD INTERACTIVO “LEEBOOK” “La transformación del lenguaje escrito y la resignificación de los símbolos y los signos en Facebook como nuevo referente de comunicación”.

Lugar: Instalaciones de la Unidad Educativa Darío Figueroa Larco

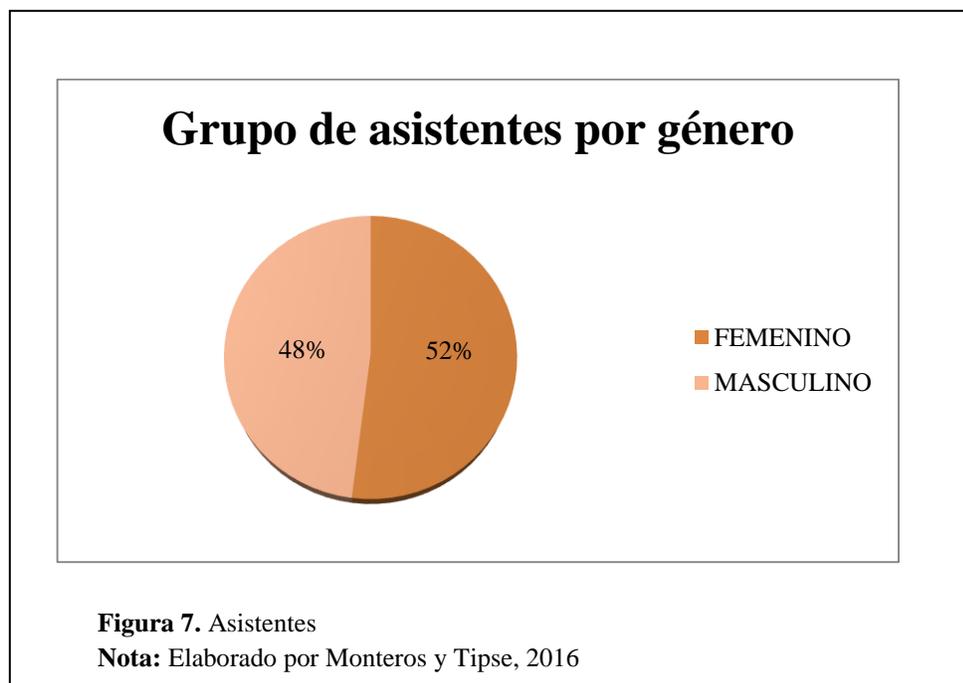
Fecha: Viernes 29 de enero 2015

Hora: 14:00

Asistentes: 50 personas

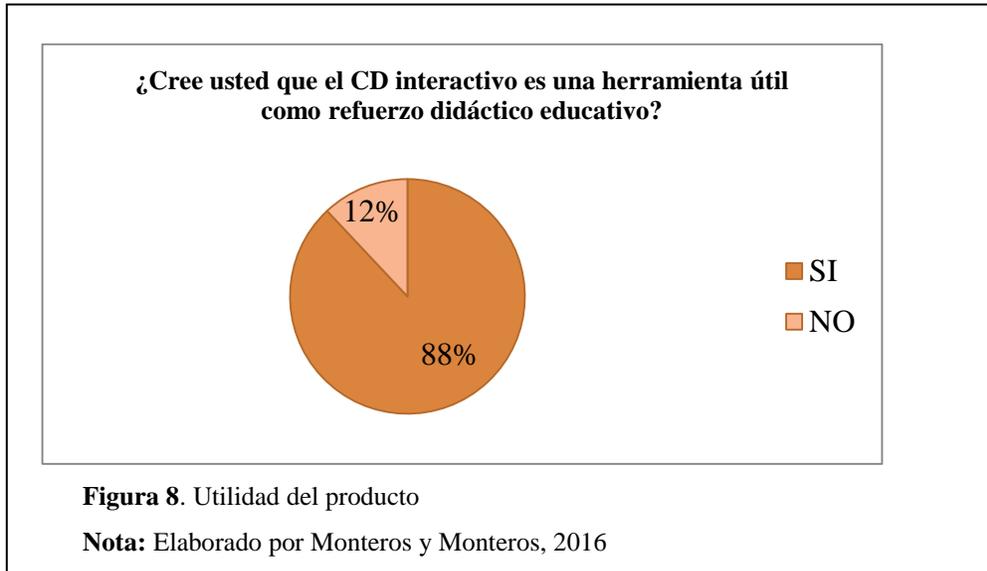
Una vez difundido el producto se aplicó una encuesta a 50 asistentes del personal docente de la institución y estos fueron los resultados:

La encuesta estuvo compuesta de 8 preguntas 7 cerradas y 1 abierta.

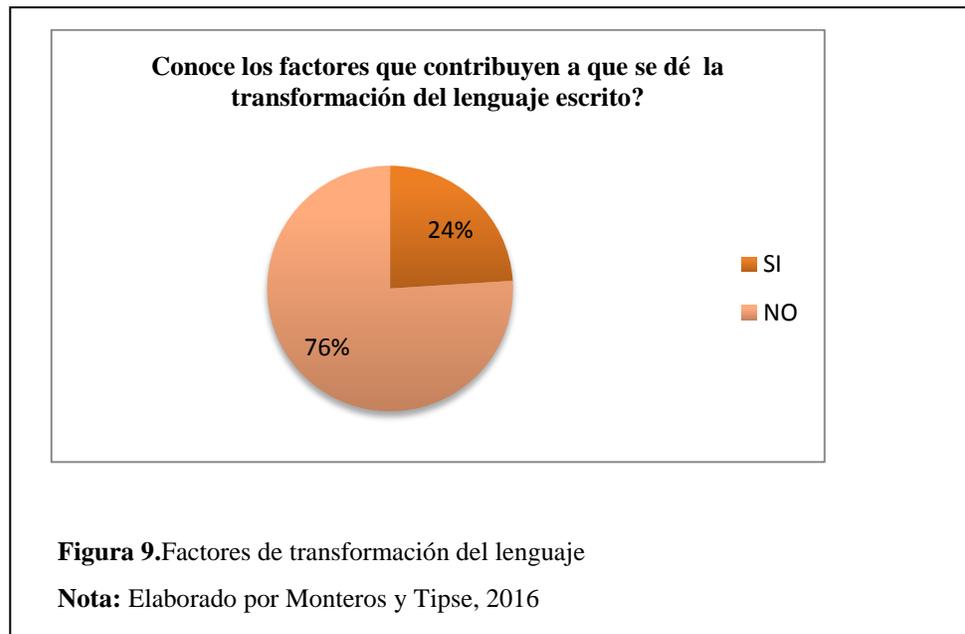


Encuesta

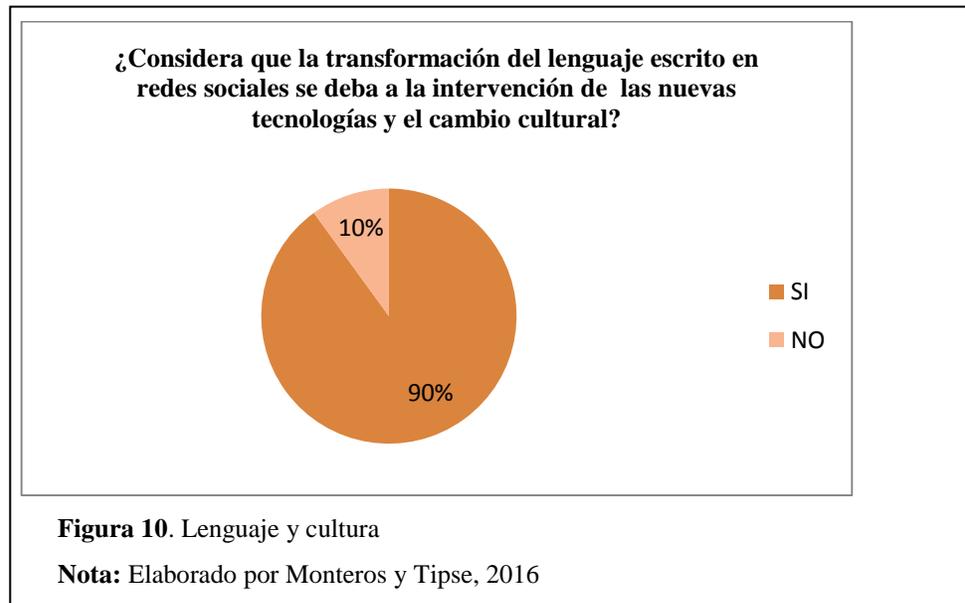
1.- ¿Cree usted que el CD interactivo es una herramienta útil como refuerzo didáctico educativo?



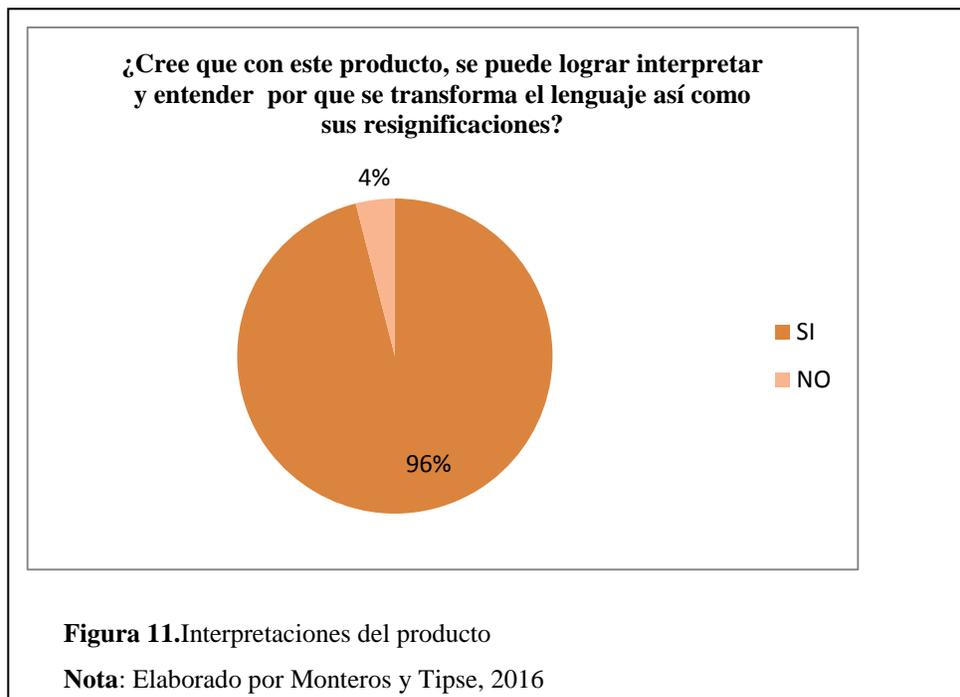
2. ¿Conocía usted cuáles son los factores que contribuyen a que se dé la transformación del lenguaje escrito?



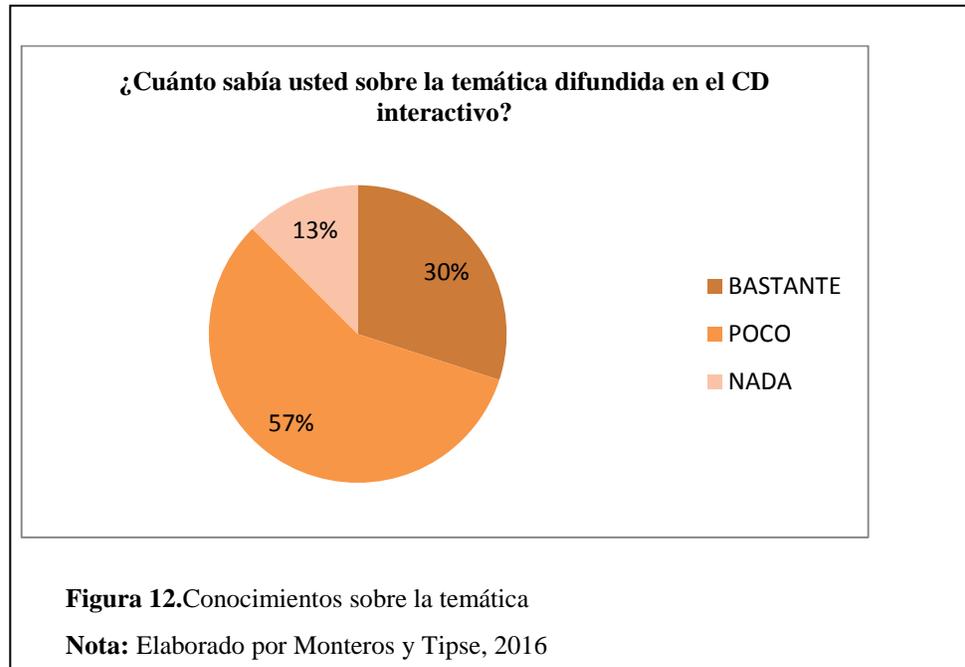
3.- ¿Considera que la transformación del lenguaje escrito en redes sociales se deba a la intervención de las nuevas tecnologías y el cambio cultural?



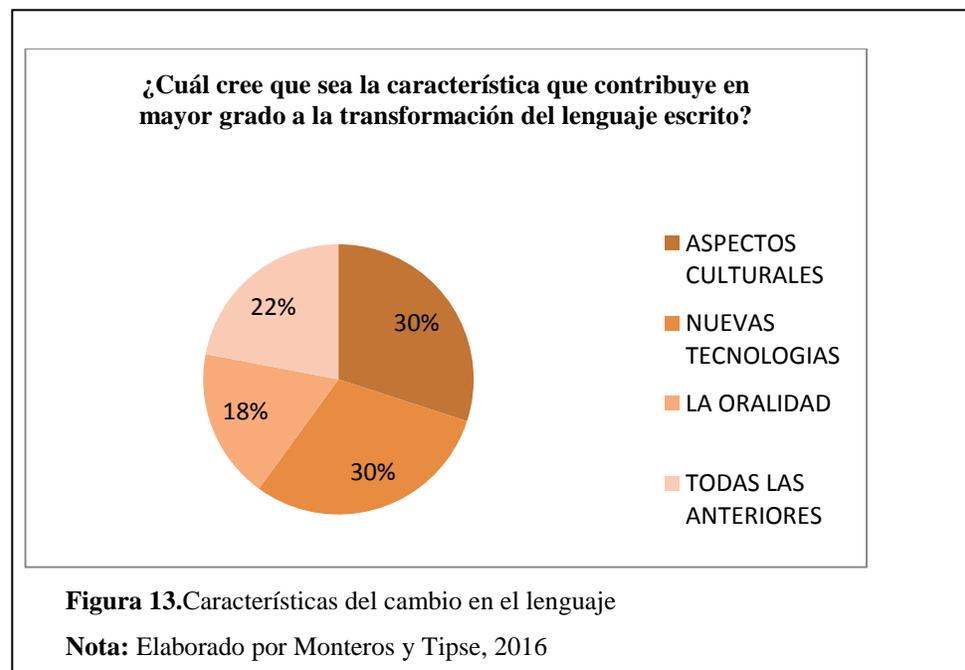
4.- ¿Cree que con este producto, se puede lograr interpretar y entender por qué se transforma el lenguaje así como sus resignificaciones?



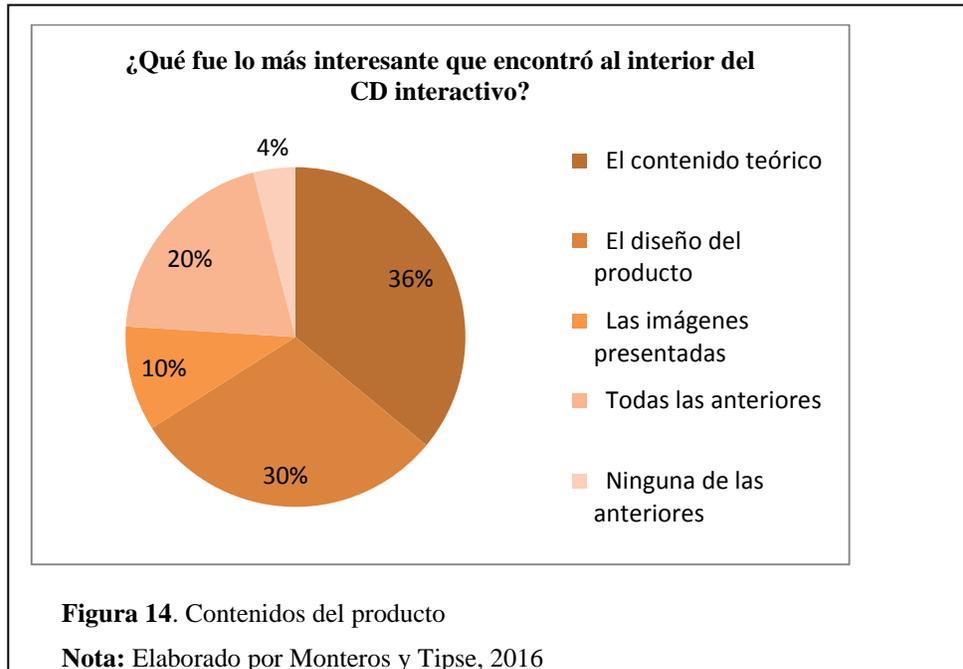
5.- ¿Cuánto sabía usted sobre la temática difundida en el CD interactivo?



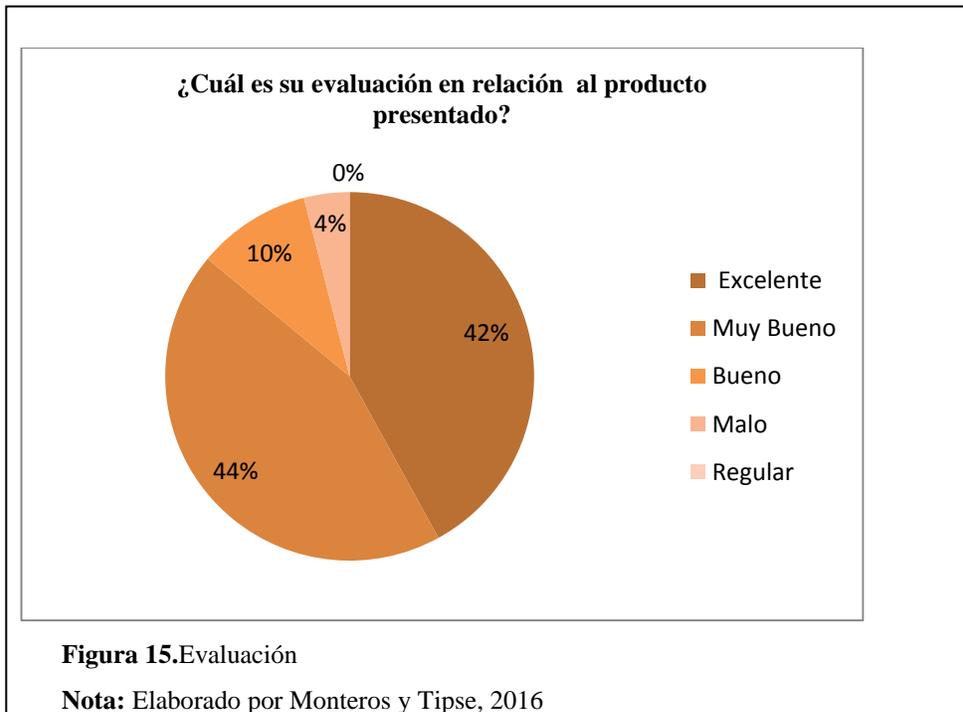
6.- ¿Cuál cree que sea la característica que contribuye en mayor grado a la transformación del lenguaje escrito?



7.- ¿Qué fue lo más interesante que encontró al interior del CD interactivo?



8.- ¿Cuál es su evaluación en relación al producto presentado?



Conclusiones

La producción del CD interactivo en conjunto con la difusión y la investigación previa, permitió visibilizar que el lenguaje se encuentra en un constante proceso de transformación. Cada época o generación contribuirá a que la comunicación no se mantenga lineal y que se preste a significaciones y cambios diversos que tendrá estrecha relación con lo que se conoce como era digital.

Es así que al haber ejecutado la investigación, en conjunto con el proceso de socialización del producto se tiene en cuenta lo siguiente:

- La era digital se ha encargado de modificar todo a su paso e innovarlo. Una de estas modificaciones estará dirigida a la transformación del lenguaje escrito, en donde se construirán nuevas formas de lenguaje entre los usuarios. Es así que, los usuarios le otorgarán significaciones adicionales al lenguaje que van creando paulatinamente, convirtiéndose en prosumidores de contenidos.
- Se entiende también que estas tendencias comunicativas, serán reconocidas y aplicadas únicamente en el campo virtual, que son aceptadas y forman parte de la cotidianidad de quienes son parte de redes virtuales como Facebook.
- Los escenarios virtuales al ser espacios gratuitos, permiten que surjan consumidores y prosumidores que hagan uso pleno del lenguaje y que construyan contenido según su preferencia. Sin embargo, hay que tomar en cuenta que esta

transformación del lenguaje no reemplaza al lenguaje convencional, solo se está convirtiendo en un nuevo referente comunicativo de la sociedad digital.

- Los test de indagación, permitieron visibilizar que la frecuencia y uso de redes sociales es alto en los jóvenes. Que son ellos los motores base de esta nueva tendencia comunicativa, porque reconocen los símbolos y porque comparten contenidos como los emoticones o memes que en muchos casos ellos crean y difunden.
- Otro aspecto valorado dentro de la investigación y las encuestas realizadas a los docentes, pone en énfasis que existen criterios que no son conocidos dentro del campo del lenguaje y la comunicación. Por este motivo la socialización del producto permitió concluir que es importante tratar la temática en espacios educativos.
- Las herramientas para llegar a este manejo del lenguaje virtual no son más que: acceso a internet, smartphones, tablets o computadoras.

A más de la intervención tecnológica, hay que destacar que existen factores determinantes que contribuyen a la construcción del lenguaje y que permitieron entender de lleno por qué transformamos el lenguaje. Con lo investigado se tiene lo siguiente:

- La cultura de la mano con el lenguaje digital constituyen un espacio trascendental en nuestros días, porque permite a los usuarios manifestarse, ser reconocidos, independientes y libres. Esto quiere decir que las manifestaciones escritas serán el resultado de su cultura, de su pensamiento e interacción con terceros. Se entiende entonces que se generará una representación de cada cultura a través del lenguaje.
- La necesidad de ser reconocidos conlleva a que los usuarios quieran pertenecer a estos espacios sociales como Facebook, que al ser una plataforma más amplia permite compartir información, imágenes, status, emoticones y memes dando paso a que los usuarios sean visibles entre ellos y puedan manejar un lenguaje más coloquial y visual.
- Un punto determinante para que la transformación del lenguaje se lleve a cabo tiene relación directa con el tipo de vida que llevamos. Vivimos en una sociedad acelerada que busca mecanismos para comunicarse con mayor rapidez y agilidad. He ahí por qué modificamos al lenguaje. Un caso de ello será el uso de abreviaciones, que comunican y dan un mensaje modificado pero que no deja de ser comunicación.

Los nuevos referentes comunicacionales no surgen con la idea de reemplazar al lenguaje convencional, más bien demuestran que no existe una sola forma de comunicarnos. Nos hacen entender que el lenguaje no es estático, que se adapta las necesidades sociales y comunicativas, siendo un complemento de lo que ya se conoce y se hace uso.

Referencias

- Barbero, M. (2001). *La educación desde la comunicación*. Buenos Aires: Norma.
- Barrera, L. (2005). El idioma de Internet: ¿Lengua virtual o lengua virtuosa? *Lingua Americana*, 9-29.
- Buscabiografías. (1999). *Buscabiografías*. Recuperado el 23 de febrero de 2016, de Buscabiografías:
<http://www.buscabiografias.com/biografia/verDetalle/2622/B.%20F.%20Skinner%20-%20Burrhus%20Frederic%20Skinner>
- Castillo, Z. d. (2002). *Gestiopolis*. Recuperado el 23 de febrero de 2016, de Gestiopolis:
<http://www.gestiopolis.com/poderio-ser-prosumidor/>
- Definición.de. (2014). Recuperado el 23 de febrero de 2016, de Definición.de:
<http://definicion.de/resignificacion/>
- Fuenmayor, G. (2010). NUEVAS FORMAS DE COMUNICACIÓN JUVENIL EN LA PRODUCCION TEXTUAL. *INTERACÇÕES*.
- Habermas, J. (1987). *Teoría de la Acción Comunicativa, I. Racionalidad de la acción y racionalización social*. Madrid: Taurus Humanidades.
- Hall, S. (1997). *El trabajo de la Representación*. Londres: Sage publications.
- Huertas Bailén, A., & Figueraz Maz, M. (2014). Audiencias juveniles y cultura digital. En J. Callejo Gallego, *La juventud producida por el sistema de comunicación mediada* (pág. 27). Barcelona, España: Bellaterra.
- INEC. (2012). *Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC'S) 2012*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Mostacero, R. (2011). Oralidad, escritura y escrituralidad. *Enunciación*, 16(2), 101-119.
- O'Shannon, I. (1995). *Enseñanza del lenguaje oral*.

Ong, W. (1982). *Orality and Literacy. The Technologizing of the Word*. New York: Routledge.

Parrilla, E. (2007). Alteraciones del lenguaje en la era digital. *Comunicar*, 131-136.

Retro informática. (2010). *Retro informática*. Recuperado el 08 de 05 de 2014, de <http://www.fib.upc.edu/retro-informatica/avui/realitatvirtual.html>

Tabachnick, S. (2010). La escritura en la conversación virtual. Para una retórica de la telepresencia. *AdVersus*, 167-180.

Anexos

Anexo 1. Encuesta dirigida a docentes

Encuesta Evaluación y Validación de Producto

CD interactivo: “Leebook”

Género: F M

Edad:

La presente encuesta tiene por objetivo, evaluar y validar el producto.

1.- ¿Cree usted que el CD interactivo es una herramienta útil como refuerzo didáctico educativo?

SI

NO

2.¿Conocía usted cuáles son los factores que contribuyen a que se de la transformación del lenguaje escrito?

SI

NO

3.- ¿Considera que la transformación del lenguaje escrito en redes sociales se deba a la intervención de las nuevas tecnologías y el cambio cultural?

SI

NO

4.- ¿Cree que con este producto, se puede lograr interpretar y entender por qué se transforma el lenguaje así como sus resignificaciones?

SI

NO

¿Por qué?

.....

.....

.....

.....

5.- ¿Cuánto sabía usted sobre la temática difundida en el CD interactivo?

Bastante

Poco

Nada

6.- ¿Cuál cree que sea la característica que contribuye en mayor grado a la transformación del lenguaje escrito?

Aspectos Culturales

Nuevas Tecnologías

La oralidad

Todas las anteriores

7.- ¿Qué fue lo más interesante que encontró al interior del CD interactivo?

El contenido teórico

El diseño del producto

Las imágenes presentadas

- Todas las anteriores
- Ninguna de las anteriores

8.-¿Cuál es su evaluación en relación al producto presentado?

- Excelente
- Muy Bueno
- Bueno
- Malo
- Regular

Anexo 2. Test de indagación dirigida a los estudiantes

1. ¿Cuántas horas a la semana interactúas en Facebook?

- 2 horas
- 3 horas
- 5 horas
- 6 o más

2. ¿Sabes qué son los emoticones?

- SI
- NO

3. ¿Ocupas con frecuencia los emoticones?

- SI
- NO

4. ¿Reconoces algunos de estos símbolos?

:) XD ;) :D o.O :O :3 :/ <3 :(.I. ٧.٧ zzz :*

SI

NO

¿Cuántos? _____

5. ¿Puedes comprender la siguiente imagen?

```
3573 M3N54J3 35 94R4 D3M057R4R L45
C0545 74N INCR3I8L35 QU3 9U3D3
H4C3R NU357R0 C3R38R0. 5I L06R45
L33R 3570 9U3D35 53N7IR73
0R6ULL050 D3 7U IN73LI63NCI4, Y4
QU3 50L0 CI3R745 93R50N45 L0
L06R4N. 35T0 53 D383 4 QU3 3L
H3M15F3R10 D3R3CH0 D3L C3R38R0
450C14 L05 51M80L05 94R3C1D05 4 L45
L3TR45 QU3 C0N0C3M05 N0RM4LM3NT3
Y 451 L06R4M05 L33R C0N F4C1L1D4D.
D4L3 M3 6U574 Y 9364L0 3N 7U MUR0 51
L0 L06R4573
```

6. Si comprendiste la imagen anterior, escríbela solo en letras

.....

.....

.....

.....

.....

7. ¿Usas estos símbolos y signos para comunicarte en el chat?

SI

NO

Notas

¹ La palabra prosumidor es una combinación entre dos palabras, productor y consumidor. La diferencia es que productores hacen dinero, los consumidores lo gastan y los prosumidores hacen dinero mientras lo gastan.(Castillo, 2002).

²Aunque el concepto de resignificación no aparece en el diccionario de la Real Academia Española (RAE), la inclusión del prefijo re- nos permite afirmar que el término hace referencia a volver a significar. La idea de resignificación suele utilizarse para nombrar al hecho de darle una nueva significación a un acontecimiento o a una conducta. Esto quiere decir que la resignificación supone otorgar un valor o un sentido diferente a algo.(Definición.de, 2014).

³ La realidad virtual se podría definir como un sistema informático que genera en tiempo real representaciones de la realidad, que de hecho no son más que ilusiones ya que se trata de una realidad perceptiva sin ningún soporte físico y que únicamente se da en el interior de los ordenadores. (Retro informática, 2010).

⁴ Fue el principal representante del conductismo en su país, escuela que pretende explicar el comportamiento humano y animal en términos de respuesta a diferentes estímulos.(Buscabiografías, 1999).

⁵(Düsseldorf, Alemania, 1929) Sociólogo y filósofo alemán. Principal representante de la "segunda generación" de la Escuela de Frankfurt, entre 1955 y 1959 trabajó en el Instituto de Investigación Social de la ciudad. Enseñó filosofía en Heidelberg y sociología en Frankfurt, y dirigió el Instituto Max Planck de Starnberg entre 1971 y 1980. En 1983 obtuvo la cátedra de Filosofía y Sociología en la Universidad de Frankfurt.(Buscabiografías, 1999)