



Claves para diseñar actividades CRíticas y CReativas en las aulas

Tíscar Lara, www.tiscar.com

Vicedecana de Cultura Digital de la Escuela de Organización Industrial

Periodista, investigadora y formadora de profesores en comunicación digital

Y llegó Internet...

Llegó Internet y con ello la capacidad para interactuar con otras personas, para participar de procesos comunicativos y para convertirnos en autores y emisores de información. La llamada web 2.0 o web de lecto-escritura ha permitido que podamos "escribir" en la Red de manera fácil, directa y gratuita con la posibilidad además de llegar a un público potencialmente masivo. Eso ha provocado cambios sustanciales en la forma de estructurar el modelo de comunicación de masas convencional, pues los roles de emisores y receptores, así como de los canales, medios y mensajes no ocupan las mismas posiciones que en la sociedad analógica.

En la tradición de la educación mediática, la mayor parte de los esfuerzos han estado dirigidos a formar en la lectura, entendida como recepción, decodificación e interpretación. Así los planes de "alfabetización mediática" tradicionalmente se han centrado en conocer los medios y sus lenguajes para tener claves con las que interpretar sus mensajes. Quedaba, por tanto, siempre relegada, por falta de tiempo, conocimiento y recursos técnicos, la práctica comunicativa de la producción, codificación y emisión de mensajes a través del lenguaje de los medios.

Con la llegada de la web de lecto-escritura y toda la tecnología digital de consumo doméstico (cámaras de fotos, teléfonos multimedia, etc.), se abre un mundo lleno de posibilidades para el trabajo de alfabetización digital desde una perspectiva CRítica y CReativa.





Para los enfoques educomunicativos, de educación en comunicación, esto supone el desarrollo de las competencias comunicativas en nuevos entornos reales discursivos, tanto públicos como privados, pues permite trabajar desde la escritura multimedia y su publicación en abierto en contextos antes insospechados.

Transcripción del vídeo NEW MEDIA LITERACIES de Henry Jenkins

La competencia digital incluye una serie de habilidades que todo el mundo necesita para desarrollarse en la cultura de hoy, para desenvolverse en el entorno mediático actual con los teléfonos móviles, para interactuar con la información y con la cultura... porque la vida es muy diferente ahora de cómo era hace veinte años. Son las cosas que deben conocer para convertirse en artistas creativos, en ciudadanos, en futuros trabajadores.

En el pasado, la alfabetización mediática se centraba en enseñar a los consumidores de medios a pensar críticamente sobre lo que veían. Un gran número de personas recibían mensajes mediáticos que eran creados por un número reducido de productores. Ahora empezamos a observar los desafíos que supone para consumidores y productores de medios y nos fijamos en las implicaciones que esto tiene en sus vidas.

Ya no somos simples consumidores, sino que también producimos cosas o ponemos contenido ahí afuera, ya sea un perfil en Facebook o algo más complejo como narrativas donde el lector juega un papel en la modificación de la historia de un vídeo o una pieza de arte en espacios interactivos online. En definitiva, cualquier cosa que yo pueda poner en Internet. Así que, más que preguntar cuestiones sobre los creadores, ahora nos tenemos que hacer preguntas a nosotros mismos ¿Qué necesitamos para participar? ¿Qué habilidades necesitamos conocer? Un ejemplo de habilidad es el *pensamiento crítico*, cuando encuentras alguna información online y necesitas ser capaz de decidir si esa información es fiable o no. *Negociación* significa saber cómo entrar en diferentes grupos y diferentes espacios y saber cómo entender cuáles son las diferentes normas. *Apropiación*... cómo remezclo y combino contenido con sentido. [...]

No son sólo habilidades para la escuela y no son sólo habilidades para el trabajo. Son habilidades que implican expresión creativa. Son habilidades que implican ciudadanía. Son habilidades que interconectan personas muy por encima de los niveles individuales. Aprender nuevas habilidades, nuevas competencias para hacer grandes cosas y para participar en la sociedad.



Vídeo disponible en <http://dotsub.com/view/a75d1d0f-4559-4088-982c-255ff77233a5>

Los jóvenes, creando y compartiendo contenidos y experiencias en la Red, son el motor de la producción multimedia amateur en el entorno digital. Una reciente encuesta realizada por Generaciones Interactivas (2009)¹ a más de 13.000 chicos y chicas entre 6 y 18 años observa un alto grado de interacción en su vida digital:

“El 70% de los menores afirma utilizar las redes sociales y casi el 40% de los menores internautas poseen página web propia o han generado alguna vez contenidos en la Red. Este perfil creativo aumenta con la edad, y a partir de los 16 años el 50% de los jóvenes construyen o administran sus propios blogs o páginas web. Los contenidos más visitados -música, deportes y juegos- son también la temática más frecuente de sus propias páginas web y blogs”.

Su nuevo lenguaje, que es el lenguaje de la Red, se compone de reinterpretaciones constantes de otros mensajes en forma y contenido, con técnicas de remix-mashup (remezcla), con la motivación amateur DIY “do-it-yourself” y con la fuerza de difusión que da la viralidad de las redes sociales. Se convierten, por tanto, en verdaderos DJ´s del acontecer cotidiano y cuentan su realidad mientras van construyendo su propia identidad digital a partir de la transformación constante.

Estas prácticas de contestación desde la parodia, y que son habituales entre los adolescentes como se puede observar en la moda de las camisetas con los lemas modificados, pueden ser canalizadas desde el aula para diseñar actividades donde se ejerciten habilidades clave como son el pensamiento crítico y la expresión creativa. A

¹ Generaciones Interactivas (2009) http://www.generacionesinteractivas.org/?page_id=1678

continuación ofrecemos algunos ejemplos de la cultura digital propia de Internet que pueden servir de motivación para desarrollar actividades de alfabetización digital Crítica y Creativa en el currículo.

Ejemplos de actividades CRíticas y CReativas con distintos lenguajes

1. Composición de Texto e Imagen. Simulación de una portada de periódico *The International Herald* con noticias positivas. Autor: The Yes Man en colaboración con Greenpeace (<http://iht.greenpeace.org/>)

Home Page

Historic win for amazon protection

International Herald Tribune
A SPECIAL EDITION OF THE INTERNATIONAL HERALD TRIBUNE

Search Saturday, December 19, 2009 - Last Update: 4:34 PM ET (20:34 GMT) Get the

Switch to U.S. Edition ▶

GLOBAL EDITION
WORLD
U.S.
Europe
Asia
Americas
Africa
OPINION
CULTURE
BUSINESS
CORRECTIONS

Today's paper
Video
Contact us
Fine print
Art
Corrections

OPINION »
• From Daimler to Damascus
• An interview with President' Klaus
• A timely U-turn f Earth

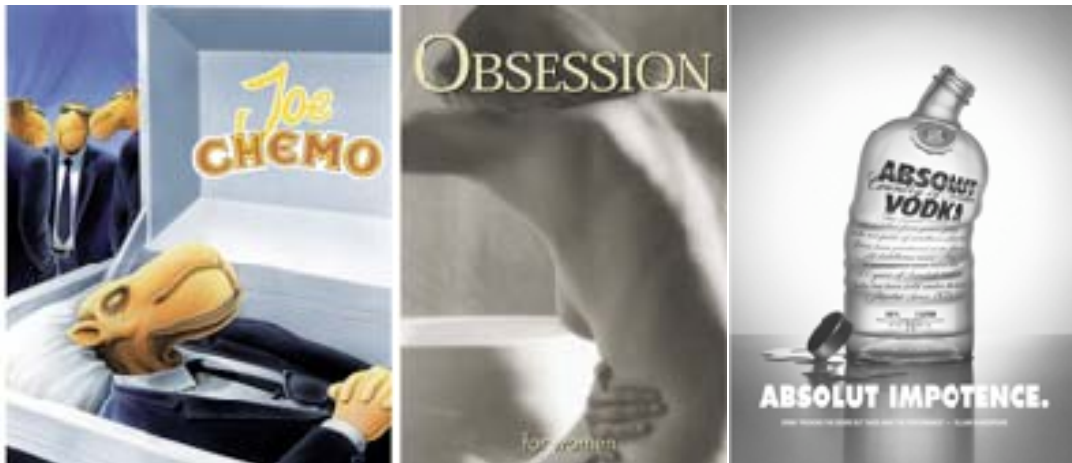
WE, THE WOULD I THE EI

AFP PHOTO/ ERIC FEFERBERG

A TURNING POINT FOR THE PLANET French President Nicolas Sarkozy, German Chancellor Angela Merkel and European Commission President Jose Manuel Barroso congratulate each other following the Copenhagen Climate Summit, where world leaders agreed to massive reductions in greenhouse gas emissions. The new policy came about in response to public protests around the globe demanding that world leaders do the right thing for the planet.

2. Composición de imagen. Fotomontajes. Técnicas de contrapublicidad. Autor: Colectivo Adbusters (<https://www.adbusters.org/gallery/spoofads>)

Adbusters trabaja con la manipulación de la imagen digital para lograr nuevos mensajes publicitarios que hacen autocritica de la propia marca parodiada. Es una nueva forma de activismo y denuncia del consumo a partir del fotomontaje. Tiene series dedicadas a criticar el consumo de tabaco, alcohol y belleza, entre otras.



En España también hay colectivos especializados en Contrapublicidad como es *Consume hasta morir* (<http://www.consumehastamorir.org>)

3. Composición de Audio. Remix. Autor: The cutty man (<http://thru-you.com/>)

Thru you es un proyecto donde se genera una orquesta audiovisual a partir de la sincronización de varios vídeos individuales de músicos tocando sus respectivos acordes.

Kutiman-Thru-you - 01 - Mother of All Funk Chords



<http://www.youtube.com/watch?v=tprMEs-zfQA>

4. Composición de Audio: Remontaje. Cortometraje de Lo que tú quieras oír. Autor: Guillermo Zapata (<http://www.youtube.com/watch?v=12Z3J1uzd0Q>)

De una grabación de un audio de un mensaje dejado en un contestador, se recomponen las piezas hasta conseguir un sentido distinto del mensaje.



Cortometraje "Lo que tú quieras oír" en YouTube:



5. Composición de vídeo. Remix. Crítica de la imagen comercial de Dove

La marca comercial Dove lanzó una serie de vídeos para fomentar la autoestima de la mujer haciendo una crítica del concepto de belleza que impone la publicidad. Sin embargo, Dove pertenece a la misma empresa que el desodorante Axe, por lo que generó una serie de remezclas de sus vídeos, tanto desde ámbitos amateurs como desde ONG´s, denunciando la doble moral de la propia Dove.



"OnSlaught" Vídeo original por la Campaña de Autoestima de Dove:
<http://www.youtube.com/watch?v=Et6JvKOW60I>

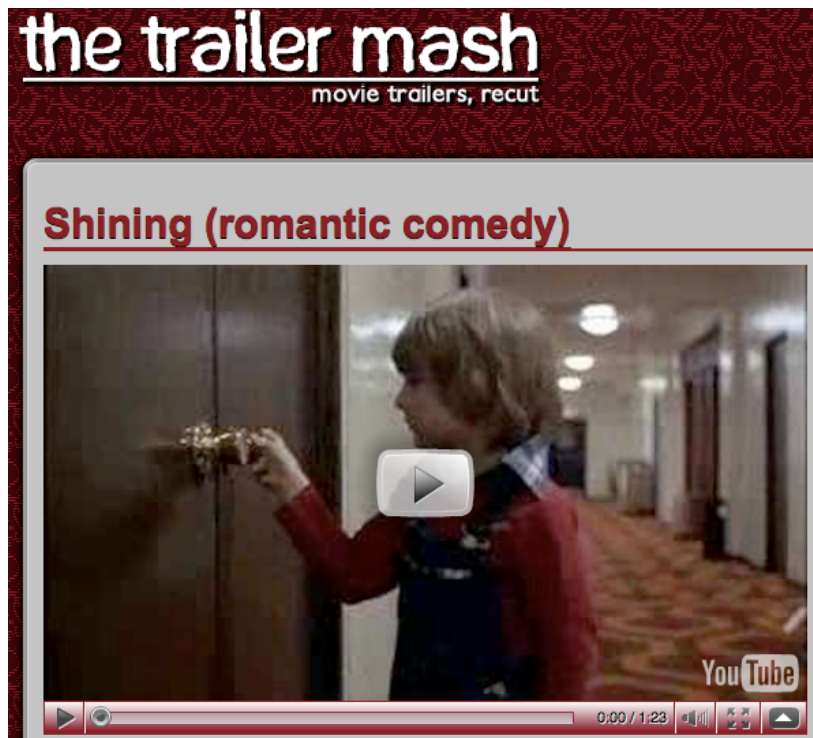


Vídeo de la Campaña Palm Oil de Greenpeace, que denuncia la deforestación en Asia a causa del gran uso de aceite de palma por parte de Dove
<http://www.youtube.com/watch?v=odI7pQFyjs0>

Otros vídeos de la serie de remix: "A message for Unilever" Vídeo que parodia a Dove utilizando imágenes del producto de la misma compañía, el desodorante Axe (autoría amateur) <http://www.youtube.com/watch?v=SwDEF-w4rJk>

6. Composición de vídeo. Remix. Antitrailer o cómo cambiar la narrativa cinematográfica a través del montaje (<http://www.thetrailermash.com/>)

The trailer mash es un portal con remezclas de trailers de películas comerciales. El objetivo es mezclar dos o más trailers y lograr cambiar el sentido de la película principal gracias al trabajo de montaje de imagen y de audio. El portal se nutre con las contribuciones de los usuarios. El vídeo más popular es el de la película Resplandor, que originariamente es de suspense y se acaba convirtiendo en una comedia romántica con el trabajo de montaje.



<http://www.thetrailermash.com/shining-romantic-comedy/>

Qué necesitamos para hacer este tipo de actividades en el aula

1. **ABECEDARIO.** Contenidos multimedia, ya sean de producción propia o disponibles para su remezcla. En Internet disponemos de muchos repositorios, institucionales y privados, con contenidos disponibles para su descarga.

ite Instituto de
Tecnologías Educativas
Banco de imágenes y sonidos



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



Docentes



mediateca .educa.madrid.org

<http://mediateca.educa.madrid.org/>

agrega 



<http://www.proyectoagrega.es>



<http://www.jamendo.com>

(portal de músicas de distintos estilos, muy útiles para sonorizar vídeos, crear programas de radio, etc.)

2. CÓDIGO DE RELACIÓN: Los contenidos multimedia que encontramos en gran cantidad de repositorios online permiten su descarga para ser transformados gracias a la generosidad de sus autores al compartirlos bajo licencias abiertas, Así, nos encontraremos muchos de estas piezas de nuestro abecedario (imágenes, audios, vídeos, etc.) con el logo CC de Creative Commons que las convierten en material "remezclable", esto es, con derechos de uso y transformación (permiten usarlos

siempre que no se haga un uso comercial de ello y las producciones resultantes se compartan de nuevo). De esta manera no incurrimos en actividades fraudulentas de violación de derechos de autor con copyright.



3. **GRAMÁTICA:** Internet ha generado toda una *cultura del tutorial* entre pares, donde otros nos enseñan cómo han aprendido a través del hábito de la documentación de sus avances en forma de manuales (ya sean guías, vídeos, posts, etc.). Esto nos permite explorar nuevas formas de aprender de una manera autónoma con el apoyo de nuestros iguales en la Red. Así, podemos encontrar gran cantidad de páginas webs con instrucciones sobre cómo utilizar distintas herramientas de grabación, edición y publicación de vídeo, de audio y de texto. Una de ellas es Educ@conTIC en <http://www.educacontic.es>



Claves para el diseño de actividades CRíticas y CReativas en la red

1. Diseñar proyectos creativos, donde pueda haber múltiples soluciones y propuestas por parte de los alumnos.
2. Fomentar el trabajo en grupo, la negociación y la interacción entre los participantes. Promover el autoaprendizaje y la revisión entre pares, de modo que quien sepa hacer algo, haga de guía y tutor del resto.
3. Hacer invisible la herramienta. Lo importante es el proyecto que se va a realizar de modo que se puedan aprender las técnicas y los procedimientos que se necesiten a medida que surjan sus aplicaciones específicas. ¿Qué necesito para hacer este proyecto? ¿Aprender a escanear? ¿Saber cómo cortar un audio? Etc.
4. Integrar contenidos generados por otros, disponibles en la Red y que permitan su uso (con licencias CC p.ej.). La búsqueda, selección y elaboración de información exige de habilidades analíticas y de capacidad crítica. Obliga a preguntarse por las cuestiones clásicas: quién, para quién, por qué, etc. Cuando uno va a remezclar y reutilizar algo ajeno para un trabajo propio y público, cuida con mayor esmero aquello que recoge.


 Docentes

5. Introducir elementos de crítica en el proyecto, trabajando valores de solidaridad, tolerancia, estereotipos, etc.
6. Cultivar el hábito de documentar los procesos mediante diarios de trabajo, portafolios, notas, etc. Es importante además compartir esos avances para que otros puedan avanzar a partir de lo que aprendimos en el proyecto.
7. Publicar los trabajos en la Red, tanto la documentación de sus procesos como los resultados finales. Esto hace que el interés por el trabajo bien hecho aumente y que la experiencia educativa sea más enriquecedora, puesto que las producciones se enmarcan en contextos reales para públicos reales. Por último, esto también incide positivamente en la autoestima de los estudiantes, en su autoridad e identidad digital, ya que les convierte en ciudadanos y autores responsables de su propia voz en un contexto globalizado.