

Índice

Introducción	1
1. Globalización tecnológica	8
1.1. Desde las primeras comunicaciones a la red global	9
1.2. Nativos digitales, ¿quiénes son?	13
1.3. Inmigrantes digitales vs. nativos digitales	15
2. La realización audiovisual	19
2.1. El concepto de lo audiovisual	20
2.2. Medios de comunicación y la realización audiovisual	23
2.2.1. El cine y la televisión	24
2.2.2. Internet y las redes sociales	29
2.3. La realización audiovisual y las aplicaciones multimediales	32
3. La interactividad y la multipantalla: conceptos básicos	35
3.1. La interactividad y sus aplicaciones	36
3.2. La multipantalla	40
3.3. Medios interactivos y su relación con los nativos digitales	43
4. La alfabetización digital	45
4.1. ¿Qué es la alfabetización digital?	46
4.2. Alfabetización digital y las políticas educacionales en Argentina	48
4.2.1. Plan conectar igualdad: nuevas formas de enseñanza y aprendizaje	49
4.3. El papel de del diseño audiovisual en el proyecto Conectar Igualdad	52
5. La alfabetización digital en la comunidad educativa	55
5.1. El rol de los docentes en la nueva etapa digital	56
5.2. Conectar Igualdad para el docente	59
5.3. Conectar Igualdad para el alumno	62
6. El rol del realizador audiovisual	67
6.1. El realizador audiovisual como inmigrante digital	68
6.2. El nativo digital como target del realizador audiovisual	69
6.3. El diseño de herramientas de comunicación	71
Conclusión	75
Lista de referencias bibliográficas	81
Bibliografía	83

Introducción

Un nativo digital es aquel nacido en la era digital. Es el joven que recibe la influencia de las nuevas tecnologías de forma directa. Esta nueva generación es la que vive con naturalidad y toma como parte de su existencia cotidiana las innovaciones tecnológicas. El mundo de los nativos digitales está enmarcado en el uso de la *multipantalla* y de la *pluriinformación*.

El tema general de este proyecto de graduación es el análisis de una nueva generación de jóvenes llamados, por algunos autores, *nativos digitales*. El fin de este proyecto es caracterizar y contextualizar a este sujeto para poder brindar nuevas herramientas de comunicación a un realizador audiovisual que tenga como target dicho sujeto.

Este proyecto de graduación se enmarca en la categoría de Ensayo, ya que se reflexionará un tema particular que hace al quehacer profesional de la carrera de diseño de imagen y sonido.

Se pretende hacer un análisis profundo del tema y un aporte tanto al ámbito académico como al profesional. También se responderá a preguntas como: ¿Qué es un nativo digital? ¿Cuáles son sus características? ¿Cuáles son las medidas que toma el gobierno argentino en el ámbito educativo para cubrir las necesidades de esta nueva generación? ¿Qué herramientas puede tener un realizador audiovisual para comunicar con eficacia a un nativo digital?

Por otro lado, la línea temática que tiene este proyecto de grado es medios y estrategias de comunicación. Cuando el target al que se apunta posee características nuevas hasta el momento, se debe cambiar la estrategia de comunicación para poder llegar a ese sujeto con mayor eficiencia. En este caso el sujeto es la generación de nativos digitales de la que aún poco se conoce.

El campo disciplinar en el que se desarrollará el proyecto de graduación es la realización audiovisual. El tema principal aporta al campo disciplinar en el sentido del conocimiento de esta nueva generación, cuáles son sus necesidades en relación a la obtención de información, las maneras que tiene para comunicarse con su entorno, las medidas que el gobierno toma en relación a la educación de estos nativos digitales, y así brindar herramientas de comunicación al realizador audiovisual.

Dentro del desarrollo de este proyecto de grado lo principal será delimitar cuáles son las características de los nativos digitales, dentro de qué márgenes de edad se encuentran, cuáles son las nuevas formas de comunicación que tienen y las formas de interactuar entre sus pares y mayores.

Conocer e interiorizar acerca de este objeto de estudio tiene como fin dar nuevas herramientas de comunicación a los realizadores audiovisuales que tienen como target a esta generación, muy avanzada en todo lo que tenga que ver con la informática, la comunicación Web 2.0 y por sobre todo la multipantalla y la pluriinformación.

El contexto socio-geo-histórico en el que se enmarca este proyecto de grado, es la actualidad, y está enfocado a los alumnos y docentes de las escuelas de Buenos Aires.

El objetivo general de este proyecto de graduación es relacionar los conceptos de nativos digitales con el lenguaje audiovisual de la multipantalla para dar nuevas herramientas de comunicación al realizador audiovisual que tiene como target esta nueva generación. Para ello, se propone conocer y describir las características de los nativos digitales.

Por consiguiente, los objetivos específicos de este proyecto de grado son, no sólo la investigación de teorías que sustenten el término de nativo digital y poder mediante bibliografía caracterizar a este sujeto, sino también profundizar el tema de la digitalización digital, cómo es abordada en las escuelas, cómo es la experiencia tanto para docentes

como para alumnos y así llegar a una conclusión mas amplia en cuanto a qué les interesa, cómo se comunican y cómo lo aplican a la escuela.

Resulta interesante abordar este tema porque no es un tema muy desarrollado. Aporta al conocimiento de una nueva generación. Los nativos digitales son chicos que hoy tienen una nueva forma de comunicación y de consumo de la información que merece ser tratada y entendida. La multipantalla y la pluriinformación son nuevas formas de adquirir conocimiento y es el lenguaje en el que habla este sujeto. La generación de realizadores graduados recientemente o próximos a graduarse son los que tendrán a estos chicos como target, por eso es importante que dichos realizadores estén relacionados con el término nativos digitales y sepan cuáles son sus características.

Para la realización de este Proyecto de Graduación, se tomarán como referencia algunos trabajos de fin de carrera de otros estudiantes de la Universidad de Palermo que servirán como antecedente para fundamentar el marco teórico de este proyecto. Halliday Duran, S. (2012). *Preadolescentes, nuevo mercado de influencia Plataforma Web para crear un vínculo con las empresas*. Proyecto de graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Este proyecto de graduación tiene como objetivo el desarrollo del tema de los preadolescentes como nuevo mercado de influencia. Si bien está apuntado a la publicidad, puede llegar a aportar a este proyecto ya que se analiza el mismo target. Moschella, M. (2011). *E-learning para nativos digitales*. Proyecto de graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Este proyecto de graduación tiene como objetivo brindar información sobre el e-learning como método de aprendizaje dirigido a nativos digitales. Montaña Barrios, N. (2011). *Publicidad de bien público: Nuevos públicos, nativos digitales*. Proyecto de graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Este proyecto de graduación profundiza en la tendencia que afecta actualmente a la publicidad aplicándola a la publicidad de bien público, la tendencia digital. Ambos

proyectos se vinculan a este PG ya que su foco de desarrollo son los nativos digitales.

Conforto, F. (2010). *Interfaz en el cine y en los videojuegos*. Proyecto de graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Este proyecto tiene como objetivo principal, eliminar la brecha existente entre usuario – espectador, comunicar efectivamente la información y permitir un acceso dinámico y atractivo a la interfaz.

El Barri, N. (2010). *Videos interactivos en la educación*. Proyecto de graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Este trabajo tiene como objetivo implementar los videos interactivos como herramientas de enseñanza de niños.

Radici, F. (2012). *Un nuevo modo de mirar y pensar, Motion Graphics*. Proyecto de graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Este proyecto de graduación tiene como objetivo investigar de qué manera el Diseño Gráfico en la actualidad realiza piezas gráficas que son diseñadas como cortos audiovisuales reproduciendo la ilusión del movimiento. Estos tres proyectos aportan a este trabajo de graduación desde el punto de vista de la interacción, la interface y la realización audiovisual, pueden servir tanto para el capítulo dos, como para el tres.

Motta, M. (2012). *La influencia audiovisual en la primera infancia*. Proyecto de graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Este proyecto de graduación aborda el tema de la inserción tecnológica en la política educacional y puede servir de fuente bibliográfica para el cuarto capítulo donde se desarrolla el asunto de la alfabetización digital, el gobierno y la educación en escuelas públicas.

Pujol, M. (2012). *Posicionamiento a través de redes sociales*. Proyecto de graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Este PG hace un amplio análisis de las redes sociales, su evolución y uso en la actualidad.

Verra, A. (2010). *El camino a través de los sueños*. Proyecto de graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Este proyecto de graduación tiene como objetivo el abordaje de la temática de la realización audiovisual, apuntada al cine, pero pasando por el desarrollo de la metodología

Desarrollo de Proyectos Audiovisuales (DPA), que es una forma de llevar a cabo una pieza audiovisual. Ambos pueden servir a este proyecto de graduación en el capítulo dos, dónde se trata el tema de la realización audiovisual, sus comienzos y las nuevas tecnologías. Días Iacoviello, S. (2010). *La personificación del imaginario*. Proyecto de graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Este proyecto trató la realización desde una perspectiva más psicoanalítica. Esta temática puede vincularse también con el capítulo dos, desde otro punto de vista.

La estrategia argumentativa será desarrollada a lo largo de seis capítulos. Un primer capítulo dará cuenta de los cambios radicales que ha sufrido la sociedad hablando en términos de tecnología. Repasando las comunicaciones humanas desde la prehistoria hasta la actualidad, pasando por la creación del alfabeto, de la imprenta hasta llegar a la computadora. Resaltando las consecuencias de estos avances y el surgimiento de una nueva generación. Se abordará acerca de esta nueva generación, los nativos digitales y sus características principales. Parámetros de edades. Esta primera parte intentará adentrarse en las formas de comunicación que tiene esta generación de chicos, conductas para relacionarse con sus pares y mayores y maneras de adquirir conocimiento.

En un segundo capítulo el tema central será la realización audiovisual. Se hará una introducción al mundo de la realización audiovisual, sus comienzos y su desarrollo a través de los diferentes medios audiovisuales que surgieron a lo largo de la historia. También se tratará el tema de la realización audiovisual en referencia a las aplicaciones multimediales.

El tercer capítulo explicará el nuevo método de comunicación visual: la multipantalla. Junto con la interactividad, la multipantalla es lo que caracteriza a la rama audiovisual en la actualidad. La pluriinformación en una sola pieza, la pantalla. Este

capítulo abordará estos temas y expondrá ejemplos. Se pretende vincular los conceptos de multipantalla y pluriinformación con nativos digitales.

En un cuarto capítulo el tema principal será la alfabetización digital en Argentina. Se destacará en este segmento el plan *Educ.ar* y así como también *Conectar Igualdad* que está desarrollando el gobierno nacional en las escuelas públicas. Planes que están apuntados tanto a docentes como a alumnos, brindando herramientas educativas para ambos. Se expondrán los fundamentos para llevar a cabo este proyecto y las nuevas formas de enseñanza y aprendizaje que trae consigo el plan. También se hará mención del rol de diseñadores o realizadores audiovisuales que hayan tenido que ver con el desarrollo de este plan.

En el quinto capítulo se profundizará acerca del rol del docente como inmigrante digital y su adaptación a la nueva etapa digital en la escuela. Por otro lado se detallarán las herramientas que le brinda los planes *Educ.ar* y *Conectar Igualdad* para poder adentrarse en el mundo de las tecnologías de información y comunicación. Se hará mención de estos portales educativos que están orientados a los docentes y que tienen como fin dar pautas de enseñanzas adaptadas a la nueva generación de estudiantes. Por último se pretende hacer lo mismo pero con la parte de los alumnos, analizar y detallar los contenidos que están orientados hacia ellos. El fin de este capítulo es mostrar las herramientas a las que se tienen que recurrir para enseñar a esta nueva generación. Los cambios que hubo que hacer para adaptarse a estos chicos que viven la tecnología con naturalidad a diferencia de generaciones anteriores. Se pretende mostrar los avances que tienen, no solo los chicos, sino las leyes y mismo la docencia, en referencia a esta era digital.

Una vez contextualizado el sujeto, con su entorno, con sus costumbres de consumo de información y entretenimiento, con los avances en la enseñanza, un último capítulo tratará de relacionar el rol del realizador audiovisual con el de nativos digitales.

En una primera instancia tratará de analizar al realizador audiovisual como *inmigrante digital*, es decir, mostrará su adaptación al mundo digital. Tendrá como fin brindar nuevas herramientas de comunicación a los realizadores audiovisuales que tengan como target esta generación.

La metodología de investigación que tendrá este proyecto de graduación consiste en recolectar la mayor cantidad de información posible, recurriendo a bibliografía, portales educativos, sitios Web dedicados al tema. Recolectar datos acerca de cómo toman estos nuevos cambios en la enseñanza, cuáles son sus costumbres de comunicación, qué consumen en televisión, entre otras cosas que puedan llegar a sumar información.

La contribución que pretende hacer este proyecto de grado es a la comunidad de los comunicadores audiovisuales, a la rama de los realizadores audiovisuales. Dar a conocer en profundidad las características y costumbres de los nativos digitales, así como las medidas que toma el gobierno argentino en lo que respecta a la educación para sustentar y aportar en esta nueva era digital, puede brindar herramientas de comunicación a los realizadores audiovisuales que tengan como target esta generación, para poder llegar a ellos con mayor eficacia.

1. Globalización tecnológica

Este capítulo abordará el tema de la evolución en las formas de comunicación que poseen los seres humanos y cómo se vio esto afectado por los avances de la tecnología.

En cuanto a las consecuencias que trajo el progreso de las tecnologías, se puede observar el surgimiento de una nueva generación, la de los nativos digitales. Esta nueva camada de chicos que nacieron en un mundo digital ya en proceso y son quienes adoptan a la tecnología y poseen los aparatos tecnológicos como parte natural de su vida cotidiana.

El nativo digital es experto en medios de comunicación y su habilidad por la multiacción, es decir por hacer muchas cosas al mismo tiempo, es notable. También el nativo digital concibe de una manera totalmente distinta la forma de comunicarse con sus pares, de buscar información.

En el mundo en el que los nativos digitales nacieron y están creciendo, las noticias viajan a la velocidad de la luz y de una manera globalizada que los mantiene atentos e informados en todo momento. Son seres interactivos y se desenvuelven con facilidad en lo que se llamará aquí la multipantalla y la pluriinformación.

Por otro lado, al hacer la distinción del surgimiento de esta nueva generación, es casi imprescindible mencionar a la generación anterior, los inmigrantes digitales, quienes ven a este nativo como un ser extraño, lo subestima y no lo entiende.

Los inmigrantes son aquellos que vivieron el proceso evolutivo de las tecnologías y que la fueron adoptando para su vida cotidiana como complemento de lo ya aprendido, de las costumbres ya adquiridas, por lo tanto, la facilidad en cuanto a su uso, es menor y al conocer otras formas de, por ejemplo, buscar información se apegan a ir a los libros en lugar de recurrir a una computadora. Por esto se los llama inmigrantes, si bien pueden

entender de que se trata, razonar y usar el lenguaje informático, no lo adoptan por completo a sus actividades.

Es importante mencionar las características de ambas generaciones y mostrar cómo conviven en un mismo entorno. Cómo el inmigrante digital lleva el rol de padre, de docente y cuáles son las herramientas que tienen para comunicarse y poder educar a este chico, que aparentemente, vive inmerso dentro de una pantalla y que nada le importa del mundo exterior.

1.1 Desde las primeras comunicaciones a la red global

Para la sociedad actual, la evolución de la tecnología es notable y fue creciendo en las últimas décadas. La comunicación entre individuos ahora tiene distintas y más avanzadas formas de llevarse a cabo.

Si se hace un repaso desde los principios de la comunicación entre personas, debemos remontarnos a la época prehistórica, donde el hombre cuaternario utilizaba la mímica para comunicarse con su entorno. Estas mímicas o gestos se basaban en transmitir un mensaje de contenido inmediato como hambre, dolor, alegría, enojo. “Se trataba de una comunicación individual, de persona a persona, destinada a satisfacer las primeras necesidades” (Sempre, 1968, p. 34).

Contemporáneo a esto, las tribus también se comunicaban o dejaban mensajes a otras tribus mediante el dibujo. Un dibujo primitivo que mostraba casi siempre figuras de animales, a veces hechos que tenían que ver con la naturaleza.

Miguel Ángel García Guinea (1989) afirma que hay tres diferentes teorías acerca de este arte prehistórico. La primera surge en el siglo XIX y sostiene que los dibujos no tenían un motivo aparente. Una segunda teoría, la desarrolla el francés Abad Breull en el año 1910 y exponía que el hombre prehistórico producía las pinturas para obtener algo a cambio, es decir, pintaba lo que quería para obtenerlo. Por último, una tercera teoría

surgida en 1940 y que parece ser la más atinada, la desarrolló un antropólogo francés que se ocupó de estudiar 64 yacimientos (conjunto de cuevas y elementos como punta de flechas, figurillas con forma de mujer, entre otras) y llegó a la conclusión de que las cuevas eran lugares de rituales, donde se encontraban los géneros con una perspectiva de fertilidad.

A posterior lo que surgió como una necesidad de comunicación fue el lenguaje. El sociólogo Manuel Castells (1999) afirma que en torno al año 700 A.C., en Grecia se inventó el alfabeto.

Esta tecnología conceptual se constituyó para el desarrollo de la filosofía y la ciencia occidental. La sociedad nueva alcanzó un nuevo estado mental, la mente alfabética. Fue el alfabeto el que proporcionó la infraestructura mental para la comunicación acumulativa, basada en el conocimiento.

Luego vino lo que se llamó la era de Gutenberg. Este fue el inventor de la imprenta. Su invento consistió en hacer moldes de madera de cada una de las letras del alfabeto y rellenarlas con hierro a su vez que unía una letra al lado de la otra y así hacía el grabado. Fue el creador de lo que se llamó *tipos móviles*, que eran estos moldes de letras rellenas con hierro. Su invento y posterior desarrollo y mejora, hizo que surgieran los primeros periódicos.

El próximo hecho que marcó la evolución del hombre y las comunicaciones fue la aparición de la fotografía en la primer mitad del siglo XIX.

Según Sempre (1968) en esta época, se produjo la “transición de la era del hombre tipográfico (...) a la era del hombre gráfico, visual y posteriormente electrónico, caracterizado por una restauración del dominio de la imagen, de la expresión gestual y la supresión de la retórica” (p. 42). Se puede afirmar entonces, que la fotografía fue la que dio paso a la era electrónica.

Este sociólogo afirma que: “una transformación tecnológica está ocurriendo en la actualidad, con la integración de varios modos de comunicación en una red interactiva” (Castells, 1999, p.95).

En su opinión cuando la tecnología digital permitió el empaquetamiento de toda clase de mensajes, incluidos sonidos, imágenes y datos, se formó un red capaz de comunicar toda clase de símbolos.

Por otro lado, el sociólogo Marcelo Urresti (2008) afirma que en los términos de evolución histórica los jóvenes son los primeros en adoptar las innovaciones tecnológicas que tienen que ver con la informática y las nuevas comunicaciones. Menciona que los jóvenes son funcionales a estos avances como pioneros y como difusores.

Urresti (2008) considera que los jóvenes son más propensos al contacto con los avances ya que muchas de las innovaciones se dieron en el terreno de los videojuegos, eran propias de gente con mucho tiempo libre y pocos compromisos formales, algo que constituye a los jóvenes de acuerdo con las características típicas de la experimentación lúdica.

De acuerdo con esta línea de pensamiento, que los jóvenes son los más afines a los avances tecnológicos, el autor Alejandro Piscitelli (2008) afirma que la singularidad de la modernidad es digitalización de la cultura.

Todo este cambio cultural orientado a la era digital fue creciendo en las últimas dos décadas. El autor asegura que esta digitalización se dio en los jóvenes del primer mundo en un principio y luego se extendió a los países tercermundistas, en los que la conectividad llegó mucho más tarde.

Continuando con las ideas de Urresti, éste propone una división entre dos grupos de difusores y adaptadores. Un primer grupo de difusores los define como aquellos:

Situados a lo largo de la década del noventa, es el que con el tiempo crecerá en edad y fortalecerá el conjunto poblacional demandante de novedades tecnológicas (...) para consumirse unos pocos años después con la generalización de Internet y la ampliada capacidad que esos usuarios adquieren para producir contenidos y generar la explosión que, a partir de entonces, transforma al mundo de las comunicaciones.

(p. 18).

En un segundo grupo, se encuentran los adaptadores que está dado por una presencia generacional joven. Este grupo se destaca por la facilidad de incorporar las nuevas tecnologías.

El autor Urresti (2008) afirma que la computadora, el software y la conexión a Internet son parte de su entorno vital. Este autor sostiene que la vida de los adaptadores se ve afectada tanto en sus modalidades de trabajo como de estudio.

Las búsquedas de información y de entretenimiento, los modos de interacción y relacionamiento con su entorno social, están atravesadas por esta mente adaptada a nuevas formas de comunicación que le brindan estas nuevas tecnologías.

El sociólogo Urresti (2008), analiza cómo se da esta difusión de este segundo grupo a sus pares y sostiene que:

Este modelo de adopción se irá replicando en primer lugar “hacia los costados”, esto es intra-generacionalmente por los grupos de pares y las redes de amigos; “hacia abajo”, es decir de estas generaciones jóvenes hacia las menores con la influencia sobre los hermanos más chicos y de estos con sus pares y amigos; finalmente “hacia arriba”, es decir empujando a las generaciones mayores cercanas a conectarse con las nuevas tecnologías.

(2008, p. 18).

Como resultado llega a la conclusión que estas generaciones jóvenes es tan involucradas con los avances tecnológicos y su difusión, son los que introducen luego a sus hijos y que por consiguiente se da lo que origina al fenómeno de los nativos digitales.

1.2 Nativos digitales, ¿quiénes son?

Para algunos autores se denominarán nativos digitales (Piscitelli, 2008), para otros *generación Einstein* (Boschma, 2008) . Pero con el nombre que se les adjudica, estos sujetos pertenecen a una nueva generación que se vincula con la tecnología con total naturalidad y facilidad.

El anteriormente mencionado filósofo, Alejandro Piscitelli (2008), da cuenta de que para hablar de esta nueva generación él prefiere el término de nativos digitales y menciona que se han utilizado muchos nombres como generación N, de Internet, generación D, de digital o generación Einstein para denominar a este sujeto.

El autor Jeroen Boschma (2008) utiliza en lugar del término nativos digitales, el de generación Einstein. Según este autor es una generación de nacidos después de 1988 y es dotada de una manera de procesar la información de forma creativa y multidisciplinar. “Son más rápidos, más listos y más sociables. Conocen las reglas del marketing, leen prensa como periodistas, miran películas como directores de cine y analizan anuncios como verdaderos publicistas” (Boschma, 2008, p. 15).

Como contraparte a esta teoría de nativos digitales o generación Einstein, Roberto Balaguer Prestes, psicólogo especializado en la psicoterapia psicoanalítica de niños y adolescentes, en un artículo publicado en el blog *Comunidad Digital* de la Universidad de Buenos Aires, reafirma que: “ni el contexto tecnocultural, ni la edad, definen por sí solos la llamada digitalidad. El hábito no hace al monje y la conectividad no construye per se la llamada generación Einstein.” (Balaguer, 2009).

A lo que se hace referencia es a que no necesariamente un chico, en la actualidad, pertenece a la generación Einstein. Un adulto de, por ejemplo, 40 años, puede estar al tanto de todas las tecnologías, usarlas y adoptarlas como parte natural de su vida cotidiana y esto ya lo hace un ser digital.

Retomando a los autores que aseguran que existe una distinción generacional hablando de digitalidad, entre un adulto y un chico en la actualidad, una de las principales características a resaltar es la edad en la que se encuentra esta generación, llamada nativos digitales.

Piscitelli (2008), encuadra a los nativos digitales dentro de la franja de los 5 a los 15 años y asegura que son los chicos que vivieron plenamente el momento en el que el uso de la computadora se masificó.

Por otro lado, estos chicos también, nacieron o se criaron en un ambiente en el que el celular y la conexión a Internet se popularizó. Este autor describe al sujeto y dice que la principal característica de los nativos digitales es su dote de hablantes del lenguaje de la televisión interactiva, de las computadoras, de los videojuegos e Internet.

En el texto del sociólogo Marcelo Urresti (2008), éste afirma que los nativos digitales son aquellos chicos que desde que nacen poseen en sus hogares computadoras conectadas a la red. Estos niños interactúan desde muy pequeños con estas computadoras hogareñas.

Urresti (2008) sostiene que esta generación de jóvenes y adolescentes está motivada por la tecnología en términos de estudio, trabajo y entretenimiento.

Los nativos digitales se caracterizan, según Piscitelli, por amar la velocidad a la hora de lidiar con la información, les encanta hacer varias cosas al mismo tiempo.

Todos ellos son *multitasking* y en muchos casos multimedia. Prefieren el universo gráfico al textual. Eligen el acceso aleatorio e hipertextual a la información en vez del lineal propio de la secuencialidad, el libro y la era analógica. Funcionan mejor cuando operan en red.

(2008, p.48).

Continuando con lo que Piscitelli (2008) menciona en sus investigaciones, los nativos digitales son sujetos que viven a un ritmo distinto que los adultos de su entorno.

Sostiene que en el colegio, docentes y directivos les piden a los alumnos que a la hora de ir a clases desaceleren ese ritmo, entendiendo que esto no les permite poner atención a lo dictado en el aula.

El autor afirma que los nativos digitales no se interesan por el entorno educativo, ya que se presenta como algo con lo que no se sienten atraídos o identificados, debido a que los métodos de enseñanza quedaron obsoletos comparados con su manera de acceder a la información.

Los nativos digitales forman la base de una nueva *elite tecnocognitiva*, establecida por lo que Piscitelli (2008) denomina *oxígeno tecnocultural*. Recurre a una metáfora cuando habla de que los chicos respiran este oxígeno tecnocultural, queriendo decir que se rodean y tienen adoptado e integrado en sus vidas las nuevas formas de comunicación y tecnología como los que brinda Internet, los videojuegos, los celulares, el correo electrónico. Sus relaciones con sus pares y mayores se da a través de la mensajería instantánea.

1.3 Inmigrantes digitales vs. nativos digitales

La migración digital podría definirse como el pasaje de la cultura del libro a la cultura de la pantalla. Es un despliegue acelerado de las tecnologías del conocimiento.

Este término se utiliza para dar cuenta de las consecuencias que tienen los avances tecnológicos, de la adaptación al nuevo medio y a las nuevas formas de comunicación.

Para el autor Alejandro Piscitelli (2008), en este despliegue de las tecnologías se destacan las tecnologías de la imagen, las cuales en su opinión son fundamentales para el desarrollo de la percepción, ya que esta contribuye a la comprensión del mundo actual.

Cuando el autor menciona la migración digital como fenómeno de evolución tanto en las tecnologías como en la comunicación, se ocupa de destacar a dos grandes grupos de sujetos muy diferentes entre sí.

Por un lado, distingue en un primer grupo a los inmigrantes digitales, incluyéndose a él mismo dentro de este. El autor menciona que este primer grupo o generación es la que va desde los 35 a 55 años de edad. Describe a estos sujetos como los que están a cargo de las industrias y formatos.

Los inmigrantes digitales tienen a lo digital como segunda lengua. Compara dicha situación con el acento de un extranjero y asegura que este sujeto está influenciado y ve matizada sus actividades y su vida académica y profesional por este fenómeno de lo digital.

La tecnología y los nuevos métodos de obtener información, como Internet, el inmigrante digital no lo vive como una parte fundamental de su vida, sino que es un complemento al conocimiento ya adquirido por otros medios. Los inmigrantes digitales se caracterizan por haber aprendido todo lo que saben de los libros.

Dentro de las actividades de los inmigrantes digitales a la hora de buscar información, Piscitelli (2008) expone como ejemplo que: “ingresamos a Internet cuando no encontramos un libro que previamente dé cuenta del problema que nos interesa. Antes de usar un aparato leemos el manual. Antes de ejecutar un programa necesitamos saber qué tecla apretar, etc.” (p.46).

Por otro lado, el segundo grupo, estaría dado por los nativos digitales. Piscitelli (2008) denomina a estos sujetos como consumidores de las tecnologías y próximos productores de las mismas. Menciona que en el caso de los nativos digitales a la hora de buscar información, éstos hacen primero y luego preguntan: “neurológicamente esta

segunda lengua ocupa áreas del cerebro distintas de las que se movilizan con el aprendizaje de la lengua materna.” (p. 47).

Siguiendo con las diferencias entre nativos e inmigrantes que expone el filósofo Piscitelli (2008), los inmigrantes no valoran la capacidad de hacer varias cosas al mismo tiempo, no consumen el mercado del videojuego debido a que les resulta difícil y sobre todo una pérdida de tiempo y tienen problema para asimilar la interfaz de la computadora o para apreciar y aprovechar las variadas funciones que estas proveen.

El diseñador comercial e investigador académico, Gonzalo Frasca (2003) afirma que la diferencia entre estas dos generaciones radica en las funcionalidades cerebrales.

A su vez, sostiene que los nativos digitales tienen más capacidad de procesar distinta información en paralelo, y tomar decisiones de manera simultánea. Asegura que esto, en parte, se debe a la práctica que tienen con los videojuegos, ya que estos poseen un modelo de simultaneidad.

Por otro lado, Piscitelli asegura que: “entre ambos cortes generacionales (o poblacionales) las distancias son infinitas, y las posibilidades de comunicación y de coordinación conductual se vuelven terriblemente difíciles, sino imposibles, a menos que existan *mediadores tecnológicos intergeneracionales*.” (2008, p.47).

Por último, es importante mencionar el rol del docente, ya que es un inmigrante digital y como tal, es esencial analizar al mismo como educador de estos nativos digitales.

Piscitelli (2008), afirma que el problema de la educación es que el docente como inmigrante digital, no entiende la forma en la que recolecta información, aprende y se comunica este sujeto llamado nativo digital.

En consiguiente, Piscitelli, asegura que “la disyunción es clara: o los inmigrantes digitales aprenden a enseñar distinto, o los nativos digitales deberán retrotraer sus capacidades cognitivas.” (2008, p.47).

En los capítulos posteriores se tratará de extender el tema de los docentes como inmigrantes digitales y como educadores de estos nativos digitales.

2. La realización audiovisual

Este capítulo estará dedicado íntegramente a desarrollar el término de realización audiovisual, haciendo hincapié en sus comienzos, sus distintas formas de expresión, su uso como herramienta de comunicación y su relación con las nuevas tecnologías.

Para empezar este análisis las primeras preguntas que se deberían plantear son ¿Qué es la realización audiovisual? ¿Qué es la comunicación? ¿Cómo trabajan de manera conjunta la realización y la comunicación?.

A grandes rasgos, la realización audiovisual es el hecho de llevar a cabo una pieza audiovisual. De una manera sencilla se puede decir que una pieza audiovisual es la conjunción de una serie de imágenes y sonidos que tienen como finalidad comunicar, es decir, transmitir un mensaje o una idea.

En la actualidad, un realizador audiovisual es capaz de llevar a cabo una variedad impensada de piezas audiovisuales. La realización audiovisual no está sujeta solo a la creación y desarrollo de un corto o film cinematográfico.

No cualquier cosa es una pieza audiovisual, ni toda pieza audiovisual tiene la intención de comunicar algo. En una situación ideal, para que una pieza audiovisual tenga el dote de comunicar, tiene que tener una narrativa audiovisual.

La narrativa audiovisual hace referencia al hecho de narrar aludiendo a establecer una comunicación entre un emisor y un receptor que poseen un lenguaje común y entendible entre ambos.

La realización audiovisual puede resultar en videoclips, CDS interactivos, videojuegos, sitios webs, cortometrajes, largometrajes, spots publicitarios, instalaciones en museos, entre otros.

2.1 El concepto de lo audiovisual

El lenguaje audiovisual constituye en sí mismo un nuevo lenguaje. Comunica a través de la precisa y coherente conjunción de palabras, música y sonidos de todo tipo, ya sean naturales o artificiales.

El autor Pedro Sempre afirma que cualquier sensación material que el ser humano tenga con su entorno posee una naturaleza audiovisual. Entonces enuncia que “el ojo y el oído constituyen las únicas fuentes humanas de percepción estética. Es una forma de comunicar a nuestro yo interior con las realidades existenciales exteriores” (1968, p.61).

Sempre (1968) sostiene que si se trata de medios que afectan en simultáneo la vista y el oído, solo están incluidos los medios que son audiovisuales. Estos son el cine y la televisión.

En una primera instancia la fotografía fue el comienzo de una serie de hechos que cambiaron la historia del arte como era conocido. Si bien la pintura era una forma de plasmar o representar la belleza, la tragedia, lo grotesco, personas, paisajes, entre otras cosas, cuando surge la fotografía, el arte de pintar queda relegado a los artistas y la fotografía comienza a ser algo más masivo. Comienzan ambas con un mismo fin, pero toman caminos distintos.

Luego surgió la imagen en movimiento, que si se tiene que describir de una manera técnica, se debe definir como una sucesión de imágenes o fotogramas a una cierta velocidad y de una forma intermitente. Debido a lo que se llama persistencia retiniana da la ilusión que el movimiento que se genera es parte de un movimiento continuo.

Cada medio utiliza elementos que afectan al individuo psicofísicamente, no solo como receptor de la información, sino como receptor de estímulos.

Según Sempre (1968) se puede hacer un análisis profundo de todos estos fenómenos que intervienen en el espectador cuando está frente a una pieza audiovisual.

Por un lado, se interpone lo que el autor llama la memorización audiovisual. Este término se refiere al proceso de internalización que hace el espectador y de la información que posee la pieza audiovisual en sí.

Sempre afirma que: “la memorización óptima se obtiene cuando se emplean simultáneamente la imagen y el sonido” (Sempre, 1968, p. 65).

Por otro lado, los estímulos y respuestas sensoriales que suceden cuando se presencia un film, un spot publicitario, una instalación en un museo, se vinculan directamente a la mayor pregnancia que tienen los medios audiovisuales.

Aquí se suma otro fenómeno, que es el de la pregnancia, que se representa la capacidad que tiene dicha pieza de ser recordada por el espectador. Se apunta a la fijación de la imagen visual que permita su recuerdo y posterior reconocimiento.

Ya no se trata sólo de palabras e imágenes, se añaden formas más complejas y más especializadas como los colores, las formas, las voces, los efectos de sonido, el ritmo, el movimiento, y junto con ellos, cada contenido posee a su vez, un valor que tiene que ver con lo afectivo, lo racional, lo moral, lo desagradable, lo alusivo, lo simbólico.

El autor afirma que la recepción de las comunicaciones a través de los sentidos y mediante su acción producen en el espectador excitaciones sensoriales que se traducen en determinadas respuestas.

También se puede poner bajo el foco del análisis, el hecho de que el color y la música “constituyen un lenguaje sentimental y emotivo de naturaleza abstracta, que influyen notablemente en los fenómenos de la vida afectiva” (Sempre, 1968, p. 72).

Tanto el color como la música son parte del lenguaje particular que poseen los medios audiovisuales como el cine y la televisión. Con el paso del tiempo y el crecimiento de los medios y la tecnología, y el estudio de los mismos, se puede decir que lo que empezó como herramienta para embellecer una pieza audiovisual, hoy está estipulado de una manera que se sabe que un determinado color, por ejemplo, desemboque en un estímulo específico.

Hay todo un proceso de investigación psicológico detrás de cada elección que se hace a la hora de llevar a cabo una película, una serie televisiva, un videoclip. Por esto es que es tan característico el uso de una determinada música que se utiliza en un film de terror o la paleta de colores que se usa para la realización de un spot publicitario de un yogurt light.

Se produce lo que se conoce como valor añadido, con un sonido se enriquece una imagen y sucede lo mismo a la inversa. Se establece una relación entre lo que se ve y lo que se oye. Es decir que se hace efectivo el valor añadido cuando, por ejemplo, un sonido hace ver a la imagen de un modo diferente a lo que esta imagen muestra sin él y a su vez la imagen hace que el sonido se oiga de una manera distinta a como este sonaría sin que haya imagen alguna.

El sonido tiene la capacidad de dar consistencia y materialidad a la imagen dada. Un ejemplo de esto es un golpe de puño en la cara de un personaje a otro, que se hace más efectivo cuando se le agrega una pista de audio donde este la onomatopeya del golpe. Se ven proyectadas el producto de sus influencias mutuas.

Con cada elección ya sea de imagen o de sonido, se tiene como fin que el espectador experimente una empatía con lo que está viendo, esa facultad de sentir los sentimientos de los demás, de lo que está viendo y oyendo en este caso.

Todo el conjunto de elementos ya sean las imágenes, los colores, los sonidos, los silencios, todo tiene que tener su ritmo y coherencia. Todo tiene que estar pensado de antemano para así lograr tener una pieza audiovisual que conste de unidad y forma comunicacional.

2.2 Medios de comunicación y la realización audiovisual

La comunicación globalizada de masas es un hecho evidente característico de la actualidad. La información viaja de manera más rápida y llega de forma más eficaz a los receptores que se encuentran a lo largo de todo el mundo.

De alguna manera todos los seres humanos están conectados entre sí en una red globalizada imperceptible a los ojos y que hace que las brechas que se dan por las distancias geográficas no sean un impedimento para la transmisión de información y la comunicación.

Pedro Sempre (1968) asegura que la comunicación de masas es un hecho sociológico que surge como respuesta a distintos acontecimientos históricos que se dieron casi en simultáneo como por ejemplo, la revolución industrial, el éxodo rural, las nuevas aglomeraciones urbanas, la división del trabajo, la producción en cadena, la generación de necesidad de consumo, las nuevas formas de comunicación electrónica, entre otros.

El autor afirma que todos estos hechos “produjeron una sociedad nunca con unas necesidades nuevas, en la que el desarrollo de los medios de comunicación de masas fue la resultante final y el líquido fluidificador de todo el fenómeno” (Sempre, 1968, p. 49).

La comunicación es cualquier mensaje que se da entre un emisor y un receptor, sin importar si una de las partes es ser humano o máquina.

Los medios de comunicación son, hoy por hoy, parte esencial de la vida humana, ya que gracias a ellos las personas se mantienen no solo informadas de lo que ocurre en su país o en el mundo, sino también ayudan a que se mantengan comunicadas entre sí. Los medios audiovisuales se han convertido en una parte imprescindible de la vida cotidiana de las personas ya que las mantiene conectadas con el mundo y con su entorno.

2.2.1 El cine y la televisión

El cine tiene sus comienzos con los hermanos Lumière que en 1895 proyectaron por primera vez un film donde se mostraba la salida de los obreros de una fábrica, así como también la llegada de un tren a la estación o un bebé comiendo. Sus películas se desarrollaban en un único espacio, tiempo, punto de vista y una única acción.

Aunque no poseían un sentido narrativo ni un gran despliegue las proyecciones de los hermanos Lumière generaron un gran impacto en la sociedad de ese momento, y no tardaron en surgir nuevos realizadores.

Por su parte George Méliès, en 1902, presentó su película *Viaje a la luna* donde se mostraba un gran despliegue de efectos visuales nunca antes vistos, cambio de escenografías, varios actores y muchos cambios de vestuario.

Méliès, en este film proponía un punto de vista teatral y por primera vez se usó lo que hoy se conoce como fundido encadenado, para pasar de una toma a la otra, así como también utilizó la elipsis temporal entre escena y escena. Este director, provenía del mundo del ilusionismo y pudo aplicar esto a cada realización que hizo, diferenciándose así de la estética documental que poseían los films de los Lumière. (Apuntes en clase, Cabanchik, A., 2008)

Más adelante, quién aparecería en escena sería David Griffith, que con sus películas el *Nacimiento de una nación* (1915) e *Intolerancia* (1916), crearía todo un sistema de rodaje y montaje que luego se conocería como el cine clásico de Hollywood.

Después de Griffith lo que antes se llamaba modo de representación primitivo, pasaría a llamarse modo de representación institucional. A partir de esto, cambia completamente la forma de hacer cine. Se crean reglas y procedimientos tanto para el rodaje como para el montaje.

Se comienza a filmar con reglas de fragmentación con coherencias espaciales y temporales, se aplica lo que se llama eje de acción y eje de dirección que tiene que ver con la direccionalidad de las miradas y que una vez que se establece el eje no se puede cruzar. Se establece un plano de situación donde se marca el espacio y los personajes en ese espacio. También empieza la utilización de la fragmentación en tomas de una misma escena a la hora de realizar el montaje. Se hacen los cortes entre toma y toma o entre escena y escena por una necesidad dramática y narrativa.

Estas reglas impuestas por Griffith, se consolidan con la llegada del cine sonoro y adquiere una hegemonía mundial.

Lo siguiente que hay que destacar del cine es su período clásico. El cine clásico Hollywoodense se caracterizó por ser un monopolio donde las grandes compañías como Paramount, Metro Golwin Mayer, 20th Century Fox, Warner Bros. y RKO, disponían de las estructuras de producción, distribución y redes de salas.

Su forma de desarrollar películas se basó en tres grandes fundamentos, el *sistema de estudio* que se trataba de los estudios ocupándose de controlar toda la cadena de distribución del film. Es decir, se encargaba de toda la pre-producción, realización y edición hasta tener la película terminada. Luego se disponía la distribución

en todas las salas de cine y su próxima proyección también dispuesta por los estudios, ya que eran dueños de dichas salas.

Por otro lado, imponían una serie de normas de lo debía ser una película de éxito, rasgos de género, apoyadas en un texto literario, basado en el lucimiento de la estrella, con un código de autocensura y final feliz; por otro lado, otro fundamento era el *sistema de estrellas*, que se daba por la creación de estrellas necesaria para atraer al público a las salas. Actores importantes para llamar la atención del público y asegurar el éxito del film.

Por último, el tercer pilar en el que se basaba el cine clásico era el *cine de género* que hacía referencia a que todas las películas debían estar muy bien caracterizadas dentro del género al que pertenecían. Había ciertos elementos que no podían faltar a la hora de definir el género. Esto se debía a que hacer películas de género era más rentable ya que se reutilizaba el material en numerosas películas, como la escenografía, el vestuario. Se especializaban a los directores y a los actores en los diferentes géneros. (Apuntes en clase, Cabanchik, A., 2008)

Las películas de esa época empezaron a utilizar sistemas narrativos, temporales y espaciales fundamentalmente similares. Al mismo tiempo, el sistema de producción de estudio se había organizado: la división del trabajo, el guión de continuidad y un sistema administrativo jerárquico se convirtieron en los procedimientos cinematográficos principales.

Según el autor José Enrique Monterde (1986) , el cine nace como un medio de comunicación, como un sistema lingüístico y como un sistema industrial. Como medio de comunicación porque lo compara, o lo pone al nivel de un film es un mensaje. Por consiguiente si hay un receptor de ese mensaje, se produce una comunicación.

El autor sostiene que el cine puede tener varios objetivos, tantos como puede tener la actividad social. Será esto lo que haga que los contenidos del film, sea cual sea su género, su trama, constituyan un mensaje comunicativo. Aún así, hace la distinción de que el cine habla de un relato no solo de comunicación, sino también artístico. El film adquiere componentes expresivos dados por el autor.

Como un sistema lingüístico porque así como un hecho comunicativo viene emparejado con una serie de recursos lingüísticos, si el film es un mensaje, también posee estos recursos. Es decir, el receptor de un mensaje debe manejar un mismo lenguaje, código para entender dicho mensaje. Lo mismo ocurre con el autor – espectador.

El film adquiere una coherencia y una organización que hace posible la comprensión de los espectadores ante lo que están viendo. El lenguaje que utiliza el cine es su fundamento. Integra la pluralidad de los sentidos perceptivos, la vista y oído, que más allá de activar la percepción, se vincula con una gama de sistemas culturales como el reconocimiento, la identificación.

Es decir que: “todo este conjunto de sistemas propiamente cinematográficos (...) adquiere la forma de un complejo sistema lingüístico capaz de generar sentido por la interrelación de significaciones desarrolladas tanto diacrónica como sincrónicamente” (Monterde, 1968, p.12).

Por último, el autor define el cine también como un sistema industrial dedicado a generar dinero. Afirmando que se organizó bajo un modelo industrial que quizás se contradice con su faceta artística.

El modelo que marcó el cine y su historia, fue el diseñado por Hollywood. El mismo consistía en, como ya se mencionó, tres grandes políticas: las productoras, los

géneros y el sistema de estrellas, por eso se lo compara con el Fordismo en cuanto a su búsqueda de serialización y la masificación de la oferta.

Si bien en la actualidad y debido a rupturas que fueron provocadas por varias vanguardias artísticas cinematográficas que se dieron a lo largo de la historia, el cine Hollywoodense sigue sostenido bajo el mismo sistema industrial, solo que adaptado a la actualidad.

Una de las rupturas que produjo la aparente caída del cine clásico de Hollywood, fue la aparición de la televisión en los hogares. Santos Zunzunegui (1989) afirma que la televisión ocupa un lugar polémico en el debate de los medios masivos de comunicación.

La característica principal de la televisión es la posibilidad de que la composición de la imagen emparejada con el sonido lleguen de manera directa al receptor. Su fuerte fue que se basó en la posibilidad de la transmisión de estas imágenes y sonidos y que su recepción sea de manera simultánea.

La televisión puede proveer una diversa programación que puede ir de la educación, hasta el entretenimiento, pasando por la información diaria que proveen, por ejemplo, los noticieros.

Lo que logra este aparato al introducirse en los hogares de la gente tan masivamente, es que pase a formar una parte importante de la vida de las personas, en el entorno familiar y se producen algunos efectos como: que la masividad se deba a su programación gratuita, los espectadores son poco selectivos y la audiencia sea más heterogénea. Así mismo, que el aparato sea utilizado como centro organizador de las actividades familiares. Y por último, que ocupe un lugar determinante en los medios de comunicación por ser de uso hogareño, masivo y gratuito.

Como ya se mencionó anteriormente, si se habla de medios que afectan en simultáneo dos sentidos como son la vista y el oído, se está hablando de medios de comunicación audiovisuales.

Por consiguiente, Sempere (1968), sostiene que un medio de comunicación es audiovisual no solo cuando afectan estos sentidos, sino también cuando tiene audiencias masivas, cuando sus comunicaciones son rápidas, instantáneas y transitorias y finalmente, apuntado a lo técnico, cuando se transmite mediante impulsos eléctricos o lumínicos.

2.2.2 Internet y las redes sociales

Internet surge como una necesidad de Estados Unidos de tener una red que les permitiera a los militares ubicados a lo largo de todo el país, poder comunicarse en caso de un ataque ruso. El momento histórico en el que se desarrolla esta red es en la llamada Guerra Fría en los años '60. Luego se haría mundialmente conocido como Internet y a partir de los años noventa se generaría lo que Castells (2001) llamó "explosión de World Wide Web" (WWW).

Castells (2001) describe el proceso de construcción de redes de ordenadores que pudieran comunicarse entre sí, como la necesidad de una realización de protocolos de comunicación estandarizados. En 1973, un grupo de investigadores diseñaron un protocolo de control de transmisión (PCT) y sobre eso, en 1978, otro grupo dividió el PCT en dos y le añadieron el protocolo intercedes (IP), creando así, finalmente, el protocolo TCP/IP sobre el cual aún hoy trabaja Internet.

A mediados de los '90 Internet ya era conocida por todos los habitantes del planeta y utilizada como medio de comunicación entre personas, así como también de publicidad para empresas o de transmisión de información.

A pesar de que Internet estaba ya en la mente de los informáticos desde principio de los sesenta, se habían formado varias comunidades interactivas de científicos y hackers, para la gente, para las empresas y para la sociedad en general, Internet nació en 1995.

(Castells, 2001, p.31).

En su análisis acerca del fenómeno Internet, Castells (2001), afirma que la cultura de dicho fenómeno se caracteriza por tener una composición dividida en cuatro subculturas que están dispuestas de manera jerárquica.

En primer lugar la cultura tecnomeritocrática que tiene como contraparte a la cultura de los hackers ya que, desde el comienzo, Internet se creó con los fundamentos de la “generación de normas y costumbres en las redes de cooperación en torno a proyectos tecnológicos” (p.52). Por lo tanto es inevitable el surgimiento de una comunidad de hackers, que el autor describe como un grupo de geeks o nerds, para tratar de sacar provecho de estas redes globalizadas.

Por otro lado existe la cultura comunitaria virtual que es encargada de añadir una dimensión social, ya que es la que logra la interacción e integración de los que se conectan a la red.

Por último existe una cultura enfocada a difundir las prácticas de Internet con el fin de recaudar dinero, esta es la cultura emprendedora, que como afirma Castells (2001), funciona en conjunto con la cultura hacker y la comunitaria virtual.

El concepto de Internet nace de una base multimedia en donde se combinan distintos elementos que hacen de este fenómeno, un medio de comunicación audiovisual. Lo que hace que Internet sea un medio multimedial, así como audiovisual es que es la perfecta conjunción entre imágenes tanto fijas como en movimiento, audio y texto.

A lo largo del desarrollo de este medio de comunicación, su uso se fue masificando a medida que la gente adquiría una computadora y las prestadoras de

servicio tanto de teléfono, como de televisión por cable empezaban a ofrecer este servicio.

Según describe Castells (2001), el uso que la gente le da a Internet se destaca por la creatividad y la innovación, ya que en la actualidad se utiliza para cosas completamente distintas a lo que en realidad estaba destinada aquella primer conexión de redes. "Internet es el resultado de la apropiación social de su tecnología por parte de usuarios/productores" (p. 222).

Las personas empezaron a comunicarse y a buscar información en la red. Lo que antes era imposible, hoy ya no lo es. Con la aparición de la mensajería instantánea en una primera etapa, como ser MSN Messenger que fue lanzado en 1999 por la empresa Microsoft. Con este software lo que se lograba era estar comunicado con cualquier persona que estuviera ya sea en la casa de al lado como en otro país del mundo. Castells (2001) afirma que el surgimiento de la mensajería instantánea, así como del correo electrónico, son las actividades de mayor popularidad entre los usuarios.

Por otro lado, más adelante, comenzaron a surgir lo que hoy se conoce por redes sociales. La más famosa es Facebook, que surgió como una red universitaria y se extendió muy rápidamente por el mundo.

Lo novedoso de Facebook como red social es que brinda el servicio de mensajería instantánea, la posibilidad de que el usuario suba fotos, notas, videos, comparta canciones, tenga un perfil y se conecte con gente de todas partes del mundo, todo en una misma plataforma, una misma interface.

Por su parte también surge entre los sitios más populares de redes sociales, Twitter. Con una interface más sencilla y menos pretenciosa, Twitter se caracteriza por la inmediatez de sus usuarios. Sólo se pueden postear mensajes de 140 caracteres. Tanto

artistas, actores, directores de cine, presidentes de muchos países, canales de noticias, periódicos, poseen cuentas en este sitio.

También existen sitios como YouTube y Vimeo, son sitios donde los usuarios pueden ver contenidos audiovisuales, así como también pueden subir contenidos.

Los sitios ya sean de contenido multimedia, o informativos como ser diarios y revistas on-line, o alguna red social, tienen como fin generar y retroalimentar al usuario con información tanto de sus amigos, como de personas desconocidas, o de acontecimientos mundiales o locales. Se genera un feedback, un intercambio, entre lo que el usuario ve en los sitios que navega, comparte, comenta y de eso se trata y así se construyó lo que hoy es una gran red globalizada.

2.3. La realización audiovisual y las aplicaciones multimediales

Como ya se viene viendo a lo largo de este PG, una consecuencia de los avances tecnológicos es que las comunicaciones cara a cara disminuyen notablemente y pasan a ser comunicaciones en red. Santos Zunzunegui (1989) afirma al respecto que las relaciones se debilitan ya que la comunicación sensorio-afectiva queda relegada.

En todo caso y más allá de cualquier teoría fatalista acerca de las nuevas formas de comunicación, es oportuno decir que detrás de todo proyecto o plataforma multimedial hay un planeamiento que está pensado para cumplir las expectativas de los usuarios que accedan a ella.

A la hora de crear una aplicación multimedial se tiene en cuenta ante todo el discurso. El discurso en este caso es la forma en la que el realizador de la aplicación organiza todo el contenido multimedial, como ser, las imágenes, los textos, los sonidos y cualquier otro elemento que sustente el mensaje. "La aplicación puede ser pensada como una sucesión de estímulos que recibe el usuario" (Bou Bauzá, 1997. P.135).

Con el paso del tiempo, las aplicaciones empezaron a ser pensadas como una pieza que tenía que ser agradable a la vista del usuario y no a la inversa. El usuario no debía adaptarse a la aplicación, sino ésta, al usuario.

La persona a la que está dirigida la aplicación, es tenida en cuenta como un navegador de dicha aplicación. Se sumerge en el mundo multimedial que ésta le propone.

Además del contenido audiovisual que tiene de por sí una aplicación, la misma debe contar con una programación en la que se tenga en cuenta no solo el diseño, sino también la forma en el que se usará.

El autor Bou Bauzá, sostiene que la aplicación debe ser pensada como una manera de satisfacer al usuario que mediante el dialogo que se genera entre este y la aplicación, se da lo que se conoce como interactividad, con la cual se llega al objetivo final que posee la aplicación.

Lo fundamental y lo que más caracteriza a lo multimedial es que se trata de pantallas planteadas como móviles, como algo vivo, según afirma Bou Bauzá (1997). La pantalla es pensada como un conjunto de acontecimientos en donde se suceden imágenes, texto, sonido, interacción y que derivan del proceso de producción audiovisual.

Bou Bauzá concibe a “la aplicación como una película o como una narración” (1997, p.30). Con esto afirma que se debe conocer todos los recursos audiovisuales que se utilizan a la hora de realizar un largometraje, por ejemplo, y se debe emplearlos en pos de la informática. Es decir, fusionar ambos conocimientos, el informático y el audiovisual para poder lograr una aplicación multimedial unificada con la organización de la información y el tratamiento tanto de la imagen como del sonido y así lograr la interacción eficaz con el usuario.

Por otro lado, otro factor que se tiene en cuenta a la hora de realizar una aplicación audiovisual es la forma adecuada de llegar al usuario, el receptor del mensaje.

Para plantear un proyecto como este es importante determinar a qué sector pertenece el usuario, cuáles son sus características de consumo, sus usos y costumbres, entre otros agentes.

Tener bien sectorizado el target a que se está apuntando, conocer al futuro usuario, hará que la pieza audiovisual, sea cual fuere, en este caso una aplicación multimedial, llegue con mayor eficiencia.

Esto se debe a que en una aplicación multimedial si se piensa en los factores cognitivos, afectivos y la experiencia previa la aplicación viaja de una manera más adecuada por los canales comunicativos. “Para lograr una buena comunicación hay que utilizar todos los canales” (Bou Bauzá, 1997, p. 31).

En el siguiente capítulo se abordará con más profundidad el concepto de interactividad como recurso multimedial imprescindible a la hora de plantear un proyecto audiovisual dirigido al uso en computadoras. También se abordarán conceptos como la pantalla, la multipantalla y la pluriinformación que vienen emparejados con la interactividad.

3. La interactividad y la multipantalla: conceptos básicos

El contenido de este capítulo explicará los conceptos de multipantalla y pluriinformación, que son características que atraviesan de lleno a los nativos digitales o generación Einstein.

La multipantalla y la pluriinformación son atributos que van acompañadas, no se puede dar uno sin el otro, ya que la pluriinformación es una constante en el caso de que se de la multipantalla.

Se expondrán ejemplos de cómo la múltiple pantalla se puede dar en casos de piezas audiovisuales ya creadas bajo ese concepto, como es el ejemplo de series, películas, videoclips, o bien, como el usuario, en este caso un chico, usa este método para obtener mucha información a la vez y desarrollar su vida cotidiana, a través de la pantalla de una computadora, de una televisión, de un celular y todo en simultáneo.

Por otro lado, cuando se mencionan estos conceptos, no se puede dejar de lado la interactividad. Si bien algunos teóricos analizan la interactividad y la relacionan únicamente con la pantalla, una persona al enviar un mensaje a otra, ya se da el hecho de interacción. La interactividad es algo que se da en lo cotidiano.

Aplicada a la tecnología, la interactividad, se da en las formas más comunes, ya sea con computadoras, con celulares, con consolas de videojuegos y tiene que ver con la cantidad de control que usuario ejerce sobre los contenidos que brindan estas tecnologías y depende directamente de la complejidad que tienen estos contenidos, haciendo así que la interactividad se de en mayor o menor grado.

Las nuevas formas de comunicación y aprendizaje tienen sus cimientos en el uso de la multipantalla, por eso es importante dejar claro qué es, cómo la utiliza el nativo digital y a partir de ahí poder aplicarla a nuevos proyectos audiovisuales.

3.1 La interactividad y sus aplicaciones

Podría decirse que la interactividad es un intercambio. Se puede dar en varias circunstancias de la vida cotidiana. Según Jensen la interactividad es: “la relación entre dos o más personas quienes, en una situación dada, adaptan mutuamente su comportamiento y acciones el uno al otro” (1998, p.188).

Si bien, explicar lo que es la interactividad es algo engorroso y difícil de comprender, la diferencia radica en el medio en que se da, en este proyecto, la interactividad que se quiere explicar es la que se da entre una pieza audiovisual y el usuario o consumidor de esa pieza. Es decir, se presenta una interacción en la que el usuario no es solo espectador, sino que es partícipe de la pieza audiovisual en sí.

Como afirma el autor Bou Bauzá la interactividad es un recurso imprescindible para un sistema informático, “constituye la ventaja principal de las aplicaciones actuales sobre los productos de video tradicional” (1997, p.33).

Este autor propone ciertas reglas a seguir para realizar el diseño de la interacción de una aplicación multimedial. En una primera instancia, la interacción pensada como entrada de datos, elecciones que el usuario va a ir tomando a lo largo del recorrido, entre otras cosas, tienen como función reforzar el mensaje.

En segundo lugar, es importante tener en cuenta el aprovechamiento del medio en el que se va a desarrollar la aplicación, es decir, si la plataforma en la que el usuario va a navegar esta aplicación es una computadora, se debe ser consiente que ya de por sí, la computadora posee un nivel de interacción alto y por lo tanto, la aplicación no se puede quedar atrás en ese sentido, ya que provocaría que el usuario se aburra.

El autor Bou Bauzá asegura al respecto que, “se deben evitar los períodos de tiempo excesivamente prolongados en los que el usuario no interviene: lectura de textos

extensos en pantalla, secuencias prolongadas de sonido e imagen animada” (1997, p. 35).

La tercera regla apela siguiendo el criterio de la anterior, que exista interacción no significa que haya exceso de la misma. El autor hace referencia a que si un texto largo se lo divide en muchas pantallas en las que el usuario solo participa para pasar dichas pantallas, el proceso es igual de tedioso que si fuera un texto fijo por mucho tiempo.

La cuarta regla que propone Bou Bauzá, apunta a la afirmación de que si el usuario percibe que no puede interactuar se puede frustrar y dejar de lado la aplicación, por este motivo, en todas las pantallas debe haber elementos que hagan sentir al usuario participe.

En quinto lugar está el hecho de que se debe pensar a la interacción más allá de la computadora y el usuario únicamente. Existe la posibilidad de que el usuario use la aplicación con amigos, en el colegio, con otras personas conectadas en red, entonces el diseñador de la misma debe prever esto.

Y por último, también se debe tener en cuenta que la interacción tiene de ventaja que permite el almacenamiento de datos descriptivos de las reacciones del usuario, de sus respuestas ante el uso de la aplicación.

Un ejemplo claro de interactividad son los videojuegos. Con el paso del tiempo, la cultura del videojuego se ha convertido en una práctica colectiva que está más vinculada con los chicos que con los adultos. La dinámica que estos juegos proponen, se construye dentro de una interfaz que resulta en la interacción del usuario con la gráfica que presenta el juego, sacando al mismo del dominio puramente textual.

La invención de la escritura puede compararse con la invención de los videojuegos, ya que crea un lenguaje particular y provoca nuevas formas de pensar y de

resolver dificultades. Los chicos aplican la metodología de los videojuegos en su vida cotidiana, en sus actividades.

Se construyen mundos, se cuentan historias, se arman casas, planetas, se lucha por un objetivo, se pasan niveles, se corre, se salta, se recorren lugares desconocidos, imaginarios, a veces reales y otras veces ficticios, pero dentro del juego todo tiene lógica, y todo sigue un curso natural en donde el jugador es partícipe de esa construcción. No es una realidad impuesta. Sus acciones traen una reacción, y todo lo que hace tiene consecuencia dentro del juego. Avanza o retrocede, vive o muere.

Los videojuegos pueden verse también como una forma disciplinar, ya que se trata de seguir reglas, llegar a cumplir un objetivo, ya sea salvar a una princesa, matar a todos los zombies que invadieron la tierra, encontrar un tesoro o llegar al final de una carrera. Incluso a veces requiere de trabajo en equipo para lograr ese cometido.

Haciendo alusión a esto, Piscitelli afirma que: “jugamos siguiendo reglas, al mismo tiempo que inventamos/habituamos un mundo de ficción. Si bien ganamos o perdemos el juego en el mundo real, solo matamos (a un dragón) en el virtual”. (2008, p.81-82).

Por otro lado, los autores Valleur & Matysiak afirman que: “los juegos de roles y en línea son una profundización de las tendencias más autistas, regresivas y antisociales de los adolescentes. (2005, p. 35)

Pensar a los videojuegos de una forma reduccionista es subestimar el impacto cognitivo que tienen sobre los chicos, en este caso, directos consumidores de consolas y juegos.

La forma de representación lúdica, redefine el mundo narrativo en imágenes. De hecho, los juegos, se oponen a la narrativa lineal, apostando a una narrativa pensada lateralmente.

Por su parte y más avocado a las estadísticas, Boschma indica que:

Los juegos de ordenador son en extremo populares entre los niños, los jóvenes y los adultos jóvenes. Las cifras de venta de la industria de los videojuegos ascendieron en 2006 a 30.000 millones de dólares, dejando atrás a la industria cinematográfica.

(2008, p.231).

Cabe aclarar que si bien, el usuario forma parte de ese mundo que se le presenta y puede hacer y deshacer a su antojo, teniendo esto consecuencias que lo llevarán por otros caminos por los que no hubiera ido si hubiera hecho algo diferente, el concepto de que el usuario es libre y controla todo lo que se le presenta si se da un grado alto de interactividad, la realidad es que no es tan así.

El usuario se puede mover y elegir como se le plazca, dentro de los márgenes que el diseñador o realizador plantearon a la hora de hacer la pieza audiovisual, en este caso el videojuego.

Si bien el laberinto es amplio y los caminos por recorrer son muchos, no dejan de estar ya configurados y pre-diseñados. El usuario va a hacer algo que alguien ya pensó y que alguien ya sabe cual va a ser el resultado porque así fue diseñado. Entonces la navegación en esta pieza no es lineal pero tampoco se trata de una libertad absoluta.

El principio de libertad debería llamarse de otra forma, ya que su enunciado es contradictorio: el objetivo del diseñador de una aplicación multimedia es que el usuario piense que navega libremente, mientras que es realidad está inmerso en un esquema de etapas predeterminado. El objetivo del guionista es ocultar este esquema. (...) El usuario percibe la aplicación como un mundo en el que se mueve sin ninguna ruta prefijada.

(Bou Bauzá, 1997, p.231).

Si bien este análisis vincula a la interactividad con los videojuegos, ya que es un buen ejemplo de la misma, la interactividad se puede aplicar a todas las ramas que

tengan que ver con lo audiovisual como pueden ser las instalaciones en centros culturales, o exposiciones en museos, o un CD interactivo.

Todos son formatos expresivos y el realizador a cargo de llevarlos a cabo debe tener en cuenta que la navegación o recorrido tienen que llevar al participante/usuario a sentirse protagonista, que es parte de lo que está viendo. La mayor o menor interactividad que posee una pieza audiovisual, está dada por el grado en el que el usuario puede intervenir, participar, modificar lo que está viendo.

3.2 La multipantalla

Por su parte, la multipantalla es un término que caracteriza a lo multimedial en la actualidad, es un recurso y a su vez es una forma de hacer varias actividades al mismo tiempo, que impliquen una pantalla. Puede ejemplificarse en dos casos o bajo dos conceptos que apelan a lo mismo, pero que se muestran de distinta manera.

La primera forma de expresión de la multipantalla se da cuando dentro de una misma pantalla, una pieza audiovisual, es mostrada en distintas partes de la misma. Este recurso se usa más frecuentemente en noticieros cuando se muestra el estudio donde está el conductor y en otra pantalla el cronista en el lugar de los hechos, también es habitual en la transmisión de deportes. Así se puede mostrar información o hechos reales, en tiempos reales de forma simultánea.

Luego, esto dio paso a su aplicación en películas, por ejemplo. Una muestra de ello es la película *The Tracey Fragments* (2007), donde se narra la conflictiva historia de una adolescente, Tracey. A lo largo del film, las situaciones que le van sucediendo a la protagonista, son mostradas en pantallas de distintos tamaños y formas. Este recurso lo que brinda es la posibilidad de mostrar en una composición de muchas pantallas, una misma situación con distintos puntos de vista.

Si bien, es un recurso audiovisual en cuanto a la composición de la imagen, sencillamente, lo que se está viendo es mucha información dada en múltiples pantallas. Este ejemplo, es una ruptura al cine lineal que planteaban las grandes distribuidoras estadounidenses en la época del cine clásico, es una forma de nueva de mantener al espectador atento e intrigado sobre lo que esta viendo.

Este ejemplo de multipantalla se empezó a aplicar en varias ramas de lo audiovisual como los videoclips, en donde en una de las pantallas quizás muestran a la banda tocando el tema musical que se está escuchando y en otra una situación que nada tiene que ver con la banda. Cada fragmento, cada pantalla dividida es una composición en sí y es una información distinta que se le está dando al espectador.

Otro ejemplo de múltiple pantalla es la serie 24. Esta serie de acción estadounidense emitida por primera vez el 6 de noviembre de 2001, fue de las primeras que utilizó los recursos del texto en la pantalla y las pantallas divididas mostrando la simultaneidad de distintas escenas o de una misma, pero con distintos puntos de vista de la cámara.

Piscitelli hace mención a esta serie y afirma que: “muchas veces dos pantallas muestran la misma escena, desde distintos ángulos de cámara, demostrando la falta de interés por lo narrativo y el interés más que peculiar por lo videográfico”. (Piscitelli, 2008, p.114).

Por otro lado, el término, multipantalla también puede ser usado refiriéndose a la actividad por parte de un usuario de una computadora, de tener muchas ventanas abiertas, mientras que lee un mensaje de texto y está escuchando la radio en simultáneo. Un ejemplo de este usuario es el nativo digital, que se caracteriza por la forma de buscar información, de estar comunicado con el mundo exterior, mientras desarrolla su lado lúdico.

El autor de *Generación Einstein*, menciona a los jóvenes actuales y los describe como:

Los jóvenes son usuarios fanáticos de los medios de comunicación. Televisión, revistas, radio, páginas Web y blogs. Todos, utilizan todos estos medios de forma intensiva y simultánea. Sin problemas, hacen zapping de un canal a otro y saltan de una URL a otra mientras están telefoneando, enviando mensajes y chateando con sus amigos. Escuchan música en una cadena de videoclips a la vez que juegan en su consola y quedan para salir a través de un SMS.

(Boschma, 2008, p.218).

De una forma u otra, la multipantalla está vinculada con la pluriinformación y con la simultaneidad. El ya mencionado autor Alejandro Piscitelli, habla de la división de la pantalla y la relaciona con la estructura de un sitio Web, mencionando similitudes en cuanto a la estética multivariada y la gráfica. Y afirma que “en ambos casos, se bombardea al lector con hiper información y se busca un despliegue de su hiperactividad.” (2008, p.115)

Tanto los videojuegos, el cine, los libros, el arte, son un sistema de unidades que construyen sentido, permaneciendo íntimamente ligadas entre sí, es decir, interconectadas.

Ya no se trata de una lucha por demostrar que la pantalla no es más que un estancamiento de la cultura de masas y que compite con la cultura de la lectura tradicional de libros. Ahora se trata de una comunión y convivencia entre ambos mundos.

Las nuevas generaciones utilizarán de ahora en más, la pantalla y la actitud de múltiple pantalla, como forma de vida, para acceder a la información que necesitan, para socializar, para aprender, para jugar.

En cambio, las generaciones anteriores solo adoptarán la pantalla para ciertas cosas, muy específicas, mientras que seguirán leyendo libros y diarios en papel,

buscando información en enciclopedias y creyendo que los videojuegos no son más que una distracción. Estarán en un constante intermedio, mientras que los nativos digitales, harán uso de esto como algo natural.

3.3 Medios interactivos y su relación con los nativos digitales

Ver televisión, escuchar radio, llamar por teléfono, enviar mensajes de texto, leer, jugar con consolas, son tareas que hacen cotidiana y simultáneamente los chicos en la actualidad.

Se pueden hacer distinciones acerca de las diferentes actividades que realizan las chicas y los chicos que pertenecen a la generación de nativos digitales habitualmente.

Las chicas, por ejemplo, se dedican más a la actualización de sus perfiles en Facebook, leer sobre espectáculo, sobre sus ídolos internacionales en blogs o sitios Web especializados, así como también en revistas, a la vez que debaten en foros con otras chicas de su misma edad, de distintos lugares del mundo, acerca de la banda del momento, el actor más taquillero, la ruptura de alguna pareja en el mundo hollywoodense.

Mientras que los chicos, son más consumidores de los videojuegos, de bajar archivos o música, buscar información sobre temas específicos que se alejan del mundo del espectáculo y se acercan más a lo que tenga que ver con autos, o dibujos animados.

De igual manera, Boschma sostiene que: “ambos sexos siguen viendo mucha televisión, casi dos horas de media al día. A los chicos les gusta hacer zapping, mientras que las chicas son fieles a ciertas cadenas”. (2008, p. 224).

Así como también son consumidores directos de Internet, videojuegos y televisión, los nativos digitales, utilizan como herramienta de comunicación los teléfonos celulares. Si bien el uso del celular comenzó para los adultos como algo que servía solo para la

cuestión básica de ubicar a alguien en cualquier lado, esta nueva camada de jóvenes, lo adoptó como una forma más de estar comunicados con sus pares y con el mundo.

A medida que las tecnologías avanzan, las aplicaciones en los teléfonos se enriquecen y favorecen a la interacción. Ya no es solo para llamar, ahora también se puede, mandar un mensaje, leer correos electrónicos, escuchar música, chatear y jugar.

Esta generación es experta en medios interactivos y de comunicación, esa es su característica principal. Poseen los aparatos y soportes tecnológicos en su vida como algo natural y no forzado. Por eso en los capítulos siguientes se abordará el efecto en el ámbito educativo, las medidas que el Estado toma al respecto de los avances tecnológicos y cómo las aplica tanto a docentes como a alumnos.

4. La alfabetización digital

El avance tecnológico y el surgimiento de la generación de nativos digitales, trae consigo la necesidad de tener acceso a la información de una manera rápida y eficaz. Así como también de poder comunicarse con sus pares, de vivir en un mundo digital que es el mundo que ellos conocen, en el que nacieron y en el que se desenvuelven con total naturalidad. Esto hizo imprescindible que se busquen nuevos métodos de enseñanza para poder llegar al alumno desde otra perspectiva.

Para esto se empezó a pensar cambios en las políticas educacionales, abriendo paso lo que se conoce como alfabetización digital. La alfabetización digital es un proceso que se está llevando a cabo en todo el mundo y que el Estado debe hacerse cargo de aplicarlo en la educación.

La implementación de una nueva forma de pensar la educación es un factor que beneficia a achicar las brechas digitales y a prevenir que los chicos queden por fuera del mundo globalizado y con las tecnologías tan avanzadas.

En este capítulo se abordará no sólo el concepto de la alfabetización digital, sino también los proyectos del Gobierno Nacional Argentino para llevar esta nueva infraestructura a las escuelas de todo el país.

Las características de los proyectos *Educ.ar* y *Conectar igualdad* son importantes a destacar ya que son los cimientos de esta nueva etapa educativa.

Por otro lado, es importante destacar el rol del diseñador dentro de esa infraestructura, ya que son un claro ejemplo de realizadores audiovisuales que tienen como target a los nativos digitales, evidenciando las herramientas y los métodos que se tuvieron en cuenta en cuanto al diseño de interfaces, de usabilidad, entre otras cosas.

4.1 ¿Qué es la alfabetización digital?

El significado más básico de la palabra alfabetizar refiere a la acción de enseñar a leer y escribir a una persona, es decir, de usar la palabra ya sea escrita o leída, para poder entrar en un mundo de conocimiento.

Cuando se habla de la alfabetización digital, se puede decir que es un modo de aprendizaje evolucionado en pos de las nuevas tecnologías y medios de comunicación. Aquel que está instruido digitalmente, está apto no sólo para hacer uso de la tecnología que se le presenta, sino también, la entiende, la toma como parte de sí y la aplica en todos los ámbitos de su vida.

Se puede decir que si hace algún tiempo atrás los libros eran la herramienta para aprender a leer y escribir, hoy esa herramienta es la computadora. Este instrumento es el fundamento técnico de la nueva infraestructura de enseñanza. Lo que se enseña puede ser lo mismo, lo que varía es la incorporación de la computadora.

La Dirección Nacional de Información y Evaluación de la Calidad Educativa junto al Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la Nación Argentina (2007), desarrollaron un análisis del proceso de la alfabetización digital y su evolución en nuestro país.

Dicho texto, se asegura que la alfabetización digital es imprescindible ya que en la actualidad, los modos orales y escritos de la lengua quedaron efímeros ante los nuevos medios de información que se pueden dar en, por ejemplo, la fotografía, los diagramas, los gráficos, los sonidos, entre otros. Afirma también que la alfabetización ha dejado de ser ligada exclusivamente a las nociones básicas de la lectura, escritura y cálculo.

El ya mencionado autor, Alejandro Piscitelli (2008), asegura que la alfabetización digital no es simplemente saber prender una computadora o poseer conocimientos básicos de software como el Microsoft Word o Excel o tener una idea de cómo navegar

por Internet. Distingue la alfabetización digital de la alfabetización informática, siendo la primera un concepto que engloba no solo el uso de las herramientas digitales, sino también su dominio total y adoptarlas como parte de la vida cotidiana, y la segunda es un mero acto de conocimiento del equipo, es decir, tener conciencia de lo que es una computadora, saberla usar, pero no más que eso.

La alfabetización digital puede ser definida como una competencia compleja, que incluye una diversidad de capacidades vinculadas al análisis, al uso y a la producción de herramientas e información en soportes digitales. Incluye una dimensión ética que se relaciona con el acceso y los usos públicos y privados de la información y una dimensión social centrada en las necesidades contextuales más inmediatas y en la democratización en el acceso y la producción de información.

(Gruschetsky, Landau y Serra, 2007, p.9).

Se puede decir entonces, que la alfabetización digital gira entorno del conocimiento entendido dentro de un soporte distinto al que se tenía acostumbrado al alumno, a los textos ya conocidos, se suman las piezas audiovisuales en su relación con el discurso oral y escrito.

Todos los individuos son partícipes voluntarios e involuntarios de una sociedad donde la cultura está marcada por el avance vertiginoso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, ya sea en cuanto a la manera de acceder a la información, o a los soportes en los que esta se presenta, los procesos digitales están en crecimiento constante y dejan así, relegados a los procesos o mecanismos anteriores.

Los cambios provocan que el ser humano se integre y adapte o que quede afuera. Si se hace referencia a la educación, las políticas que regulan esta rama de la vida tanto de alumnos como de docentes, deben buscar soluciones a la integración y adaptación a los nuevos tiempos que corren.

4.2 Alfabetización digital y las políticas educacionales en Argentina

En todo el mundo, los Estados se hacen responsables de alfabetizar a la población en las herramientas digitales.

En el caso de Argentina, el sistema educativo optó en una primera instancia en la creación de un portal llamado Educ.ar (www.educ.ar) en el año 2000, destinado a ejecutar políticas delimitadas por el Ministerio de Educación, en cuanto a la integración de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) .

Los cimientos de la creación de este proyecto fueron la revalorización del alumno y del docente en una nueva etapa de una alfabetización digital integral.

El objetivo de este portal fue brindar conocimientos educativos de las tecnologías de la información y la comunicación a los docentes de escuelas, para poder entender y capacitarse en estas nuevas tecnologías y así tener herramientas para la enseñanza, no sólo en cuanto a contenido sino también en cuanto a metodologías. (Conectar Igualdad, 2012)

El docente es un inmigrante digital, por lo tanto debe instruirse en esta nueva era donde todo pasa por la computadora, la información instantánea, los celulares, las redes sociales. Debe poder empaparse de esto, para poder estar, o intentar estar, en la misma sintonía que los alumnos.

Piscitelli asegura que: “la visión de Educ.ar durante el quinquenio fue aplicar las tecnologías de la información y la comunicación a la solución de los problemas prioritarios de la educación” (2008, p. 201).

Por otro lado, y siguiendo una lógica ya planteada cuando se creó este portal, surge el proyecto que hoy se conoce como: Conectar Igualdad. Este proyecto es una iniciativa del Estado que busca reducir las brechas digitales a lo largo de todo el país.

4.2.1 Plan conectar igualdad: nuevas formas de enseñanza y aprendizaje

Los principales hechos que revolucionaron a la educación en Argentina fueron la creación de la escuela pública, la obligatoriedad de la primaria, entre otros. Este plan está en proceso de revolucionar y evolucionar hacia un ejercicio de la educación y el aprendizaje más completo y más moderno adaptado a las nuevas tecnologías.

En abril del 2010, en la ciudad de Buenos Aires, se decretó la creación del Programa Conectar Igualdad de incorporación de la nueva tecnología para el aprendizaje de alumnos y docentes.

Dicho decreto dejó asentado que la Ley Nacional de Educación regula el derecho de enseñar y aprender y que debido a que el desarrollo de las tecnologías de la información y de la comunicación ha generado en la sociedad moderna grandes transformaciones, el Estado debe generar respuestas eficaces para resolver este tema. (Conectar Igualdad, 2012)

Es decir, que el programa conectar igualdad tiene sus fundamentos en los cambios que se han ido sucediendo en los últimos años en cuanto a la manera de interactuar con el medio.

El plan Conectar Igualdad es un proyecto en el que tanto alumnos como docentes de escuelas secundarias de gestión pública, escuelas de educación especial e institutos de formación docente de todo el país reciben una netbook.

La entrega de las netbooks tiene como objetivo introducir y fomentar el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación como herramienta de aprendizaje en todas las áreas curriculares.

El plan cuenta con la presencia constante de un referente tecnológico como parte del convenio que los Ministerios de Educación Provincial firmaron con las escuelas de las provincias de la República Argentina.

Este referente tecnológico debe ser asignado por el gobierno de cada provincia para asistir técnicamente a todos los establecimientos escolares que accedan al plan Conectar Igualdad.

El rol del referente tecnológico es administrar la seguridad de las netbooks, la administración del servidor, la infraestructura de red y la conectividad a Internet del establecimiento, recibir los reclamos de los alumnos y docentes, entre otros. El referente actúa como mediador técnico con el equipo del programa.

El hecho de que las nuevas tecnologías avancen a pasos agigantados hace que tengamos que estar en un constante aprendizaje para no quedar excluidos. Entonces el Estado, adquiere la responsabilidad de preparar el sistema educativo, pensando tanto en el alumno como en el docente, en el uso de las nuevas tecnologías.

Créase el “Programa Conectar Igualdad.com.ar” con el fin de proporcionar una computadora a alumnas, alumnos y docentes de educación secundaria de escuelas públicas, de educación especial y de Institutos de Formación Docente, capacitar a los docentes en el uso de dicha herramienta y elaborar propuestas educativas con el objeto de favorecer la incorporación de las mismas en los procesos de enseñanza y de aprendizaje.

(Decreto 459/10 – Educación, 2010).

Las brechas que se abren entre las personas que habitan un país pueden ser muchas, pero entre esas se encuentran las económicas y las culturales.

Que un chico no pueda acceder a la educación o al uso de una computadora, lo aísla y genera esa fisura no solo con sus pares, sino también con el mundo. Lo aleja de poder aprender, de poder relacionarse con las nuevas tecnologías y esto hace que en un

futuro no pueda desarrollarse como profesional o yendo un poco más lejos, quedando fuera de la cultura tecnológica que se está viviendo y que avanza sin parar.

El nombre de este programa surge de la idea de la igualdad, no solo referida a la equidad educativa, sino también de brindar recursos a los que menos tienen o a los que no tienen la posibilidad de acceder a una computadora.

La idea inicial de este proyecto fue brindar a todos los estudiantes de escuelas secundarias una netbook que para el Estado es planteada como un instrumento de igualdad necesario en este mundo contemporáneo y que sirve para superar la brecha digital. Tal como figura en el Decreto 459/10, el plan Conectar Igualdad se subsidia a través de la reasignación de partidas presupuestarias del presupuesto Nacional.

En un principio el plan fue dirigido hacia escuelas secundarias públicas técnicas. Se entregaron 250 mil netbooks, dotadas de softwares especializados como ser: dibujo técnico, mecánica, maquetado, modelado, entre otros. Luego, se extendió al resto de las escuelas secundarias, ampliando los softwares apuntados a lengua, historias, cívica y materias que son habituales en esta instancia educativa. (Conectar Igualdad, 2012)

El pilar fundamental del plan Conectar Igualdad es la inclusión digital tanto de docentes como de alumnos.

El programa, como se mencionó anteriormente, no solo está orientado a alumnos, sino que también lo está a docentes. La base fundamental de este plan es capacitar fuertemente a los profesores en las tecnologías de la información y comunicación.

Una de las implicancias y resultantes de que se capacite a los docentes es que el equilibrio entre estos y los estudiantes va a cambiar y las habilidades y los conocimientos específicos de los alumnos van a ser mucho más valorados. Los docentes ya no van a quedar relegados al papel de proporcionar solo información, van a ser un apoyo y parte

del proceso evolutivo de la educación para el estudiante actual, inmerso en un mundo digital.

Este plan no es importante solo a nivel social, sino también para que todos salgan con las mismas oportunidades, refiriéndose a herramientas y de acceso a la información.

4.3 El papel del diseño audiovisual en el proyecto Conectar igualdad

El diseño es un proceso creativo en el que se intenta transmitir un mensaje eficazmente a un determinado público. El diseño audiovisual se puede ver aplicado en sitios Web, en un spot publicitario, en un cortometraje, en un videojuego.

El diseño audiovisual es la conjunción de una imagen y un sonido que tienen consigo un significado y que tiene como objetivo transmitir de manera efectiva una idea, un concepto, un mensaje.

El diseño es la herramienta que se utiliza para llegar al producto final y la eficacia de que ese mensaje o concepto llegue de la manera que se pretende, depende directamente de la interface.

El usuario va a interactuar con la interface desde el momento en el que se ponga en contacto con la pieza audiovisual e intente codificar el mensaje que se le está queriendo transmitir.

Para que el mensaje llegue adecuadamente, no solo tiene que ser bueno el diseño, sino que el receptor debe poseer el mismo lenguaje que tiene el mensaje. Si los lenguajes son distintos el mensaje se pierde y no logra su cometido.

En cuanto al diseño, Piscitelli, afirma que el este está abocado a:

Lo proyectual y lo imaginable, la construcción y el armado, la síntesis de la forma y la generación de mundos e interacciones físicas –o virtuales- de una exquisita complejidad inimaginable sin el paso que va de la idea al hecho.

(2008, p.270-271).

Si se parte de la premisa que los videojuegos se enseñan a sí mismos y que están pensados para enseñarle al jugador cómo jugar, que aporta desde su lugar lúdico una capacidad multimedial y una capacidad de simular, se puede aplicar esto a un software educativo. Y fue en esto en lo que se basó el plan Conectar Igualdad a la hora de diseñar estos softwares incluidos en las netbooks.

El cometido es lograr envolver al estudiante de una manera más participativa, más directa. Los softwares educativos son un medio más al igual que un video, un texto, una presentación que el docente y el alumno puede utilizar para aprender y enseñar.

La comparación es válida cuando se logra discernir que en el videojuego hay un sufrimiento, una tensión que se relacionan con algo positivo, que es el esfuerzo y la superación para aprender y llegar a la meta que plantea ya sea el videojuego o el software educativo.

Tanto los juegos como los softwares son diseñados para que sean fáciles de aprender, pero difíciles de dominar. Lo importante es destacar que la interfaz debe ser amigable para el usuario pero a la vez debe ser capaz de captar su atención.

La aplicación, debe poseer la característica de ser fácil de navegar, es decir de que la usabilidad sea bien aplicada, intuitiva, ya que el estudiante posee la característica de no leer manuales, sino de introducirse a explorar esa pieza audiovisual, ya sea un software educativo o un videojuego, de igual manera, el usuario va a adentrarse sin preguntarle a nadie en ese mundo que se le está presentando.

El aprendizaje y el juego están relacionados desde el punto de vista que el jugador aprende cómo jugar mediante el ensayo y el error, esto hace que desarrolle luego

la habilidad de la estrategia, estrategia de aprendizaje. Los juegos ponen metas y premios que son satisfactorios para el jugador.

El videojuego como forma de aprendizaje puede pasar por software educativo siempre y cuando sea llevadero para el usuario, en este caso el estudiante.

Un recurso que se utilizó para crear los softwares fue plantear el mismo como una experiencia encapsulada, por ejemplo, en lugar de ir a una excursión a un museo, o una fábrica de lácteos, se pensó en realizar estas experiencias de manera virtual.

Esto logra que el recorrido sea didáctico y quizás evita problemas de movilidad hacia el lugar ya que por falta de dinero o de tiempo, puede generar un inconveniente ir hasta un museo o a una fábrica determinada. Así como también, se pueden ver y recorrer lugares que se ubican en otros países del mundo, como el Museo de Arte Moderno en Nueva York.

Si se plantea al videojuego desde sus prestaciones para recorrer grandes lugares, imponer interactividad instantánea, divertimento y dinamismo, este, puede ser tomado como modelo para realizar un software educativo, sin que el mismo sea tedioso o aburrido para el usuario.

En el capítulo siguiente se profundizará sobre el tema de la alfabetización digital en la comunidad educativa, desarrollando el concepto del docente como inmigrante digital educando a un nativo digital en un mundo totalmente nuevo para él. La adaptación de la educación y de los docentes en las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Y por último el rol del sitio Conectar Igualdad para con los docentes como para con los alumnos.

5. La alfabetización digital en la comunidad educativa.

Este capítulo ampliará y profundizará lo que se trató en el capítulo anterior en cuanto al proyecto Conectar Igualdad, pero esta vez desde una perspectiva orientada a los docentes y alumnos inmersos en la comunidad educativa actual.

En una primera etapa de análisis tendrá lugar la caracterización del docente en su importancia en el proceso educativo. Así como ya se ha mencionado, el docente pertenece a la generación anterior a la actual.

Los docentes son inmigrantes digitales y como tales quedaron en un punto intermedio en el que lo que ellos aprendieron quedó relegado por las nuevas tecnologías, pero a su vez, debieron de alguna manera adaptarse a este hecho.

No sería de tanta relevancia este tema si se tratara de un adulto de esta misma generación que no se encargara de la educación, pero como docentes de los nativos digitales, los inmigrantes tuvieron que afrontar el cambio de paradigma. No solo en cuanto a lo técnico, sino también en cuanto a lo pedagógico.

Apoyando este proceso de cambio, también están cambiando las políticas educacionales en pos de las tecnologías de la información y comunicación. En este contexto surge Conectar Igualdad y le brinda al docente nuevas herramientas que les facilitan el aprendizaje y posterior enseñanza a los chicos en la escuela.

Por su parte, los alumnos, si bien no deben adaptarse porque para ellos es algo totalmente natural solo el hecho de usar una computadora, también tienen acceso a nuevas herramientas de enseñanza, nuevos recursos que le brinda el sitio Conectar Igualdad y el software que trae la netbook que se le entrega a cada alumno.

Este capítulo tiene como fin poner en evidencia la evolución de los programas educativos en pos de los cambios que surgieron en los últimos años hablando de

tecnología y comunicación. Cambios que debieron estar acompañados por estas nuevas políticas educacionales ya que la educación es el principal cimiento en la vida de un chico.

5.1. El rol de los docentes en la nueva etapa digital.

Por un lado, es claro que los nativos digitales tienen un ritmo de aprendizaje, de interacción con la multipantalla, de la recolección de información, de la comunicación con sus pares, todo esto que el docente, como inmigrante digital, no tiene o no adopta como natural para su vida cotidiana.

Entonces surgen dudas al respecto de si el docente debe adaptar su forma de enseñanza o si debe reestructurar los contenidos y la plataforma en la que los presenta, para así poder estar en sintonía con su alumno. Lo que si es claro es que el nativo digital no puede desperdiciar el potencial que le da su naturaleza digital en métodos de enseñanza que ya quedaron obsoletos.

Ahora bien, Piscitelli (2008) asegura que en la Argentina hay 880 mil maestros declarados y que sólo 140 mil están registrados en el sitio Edu.car.

Nos encontramos con la paradójal situación de que los instructores que son mayoritariamente inmigrantes digitales, que hablan un idioma en vías de extinción cual es la de la era predigital, están tratando de enseñarle a una población que habla un lenguaje totalmente diferente e incomprensible para los docentes inmigrantes.

(p. 47)

El problema se encuentra cuando el nativo digital no quiere ir a la escuela porque siente que una persona le está tratando de enseñar un lenguaje que él conoce muy bien a diferencia de la persona que le está enseñando, ya que esta persona está en proceso de aprendizaje, a su vez, de este nuevo lenguaje.

Entonces en principio el rol del docente está determinado por dos tareas, la primera es actualizarse en las tecnologías actuales, que comprenda como se usan y como se aplican en la vida cotidiana y por otro lado debe adquirir conocimientos en cuanto al vocabulario de esta nueva etapa digital. Es importante que pueda aplicar estos conceptos y adaptarlos de tal forma que los internalice y los haga propios.

Se trata pues, de reformular los antiguos hábitos de pensamiento y de conducta con los que ya viene y llevarlos a un lenguaje adecuado a la época digital, el lenguaje de la pantalla, de la interactividad, de las comunicaciones en red, de las imágenes, de los sonidos.

Piscitelli (2008) menciona una serie de requisitos que a su criterio deberían cumplir los docentes. Uno de los requisitos es que el docente debe tener capacidades comunicativas mejores y más preparadas que cualquier persona que no se dedica a la docencia, ya que debe poder explicar un tema, cualquiera sea, a un alumno de cualquier edad.

Otro requisito es que el docente más allá de poder transmitir conocimiento teórico, práctico, técnico a sus alumnos, debe tener la capacidad de sostenerlos emocionalmente. Es decir que “todo docente que se precie tiene que ser un maestro en inteligencia emocional”. (p. 176).

El autor pone el énfasis en este último requisito y asegura que si bien los cambios que se deben hacer si son de naturaleza operacional, es decir hacer uso de las nuevas tecnologías o cambiar la didáctica, también deberían pensar cambios en cuanto a lo conceptual vinculados a factores relacionales y emocionales.

Entender que los chicos pertenecen a otra generación y tratar de contenerlos y educarlos a partir de ser conscientes de eso, tratar de acompañarlos en el proceso de

crecimiento, entendiéndolos como nativos digitales en todas las dimensiones y facetas que esto abarque.

Por otro lado, Piscitelli (2008) afirma que la incorporación de la computadora al aula no basta si ésta se toma como una herramienta de ilustración como fue la televisión o el video. La inclusión de la computadora debe aplicarse desde un punto de vista más práctico, más entretenido, más interactivo. No debe ser tomada como un artefacto pasivo, cuando tiene tantas y tan variadas funciones y aplicaciones.

Así mismo el autor hace referencia a que los problemas educativos a pesar de estar en proceso hacia la adquisición total de las tecnologías actuales y la correcta aplicación, también enfrentan la falencia desde el punto de vista comunicacional. “La eficacia de la tecnología en los procesos de enseñanza – aprendizaje está condicionada por la efectividad del estilo comunicativo con el que se utiliza.” (Piscitelli, 2008, p.182).

Se conoce el papel del docente como transmisor y mediador entre los alumnos y los contenidos a aprender, entonces esta mediación es la que debe ser repensada y adaptada a los nuevos tiempos.

En consecuencia, Piscitelli (2008) enuncia una frase que describe perfectamente el rol de la educación y del docente en el colegio: “la educación debe convertirse en industria del deseo si quiere ser industria del conocimiento”. (p. 190).

Esto hace referencia a que se debe dejar de lado la creencia que los docentes solo están sujetos a explicar un tema y que los alumnos deben aprenderlo, ya que así se reduce el aprendizaje a un hecho sistemático sin sentido, cuando podría ser algo más didáctico. Y en definitiva esto radica en que los chicos viven a otro ritmo y si van al colegio sin motivación se produce inevitablemente un cortocircuito.

El autor trata el tema plantea el tema como la teoría fundamental del marketing, es decir, la enseñanza como un producto a ser vendido, el docente como el que vende el

producto y el alumno como el consumidor del mismo. En este caso afirma que el docente debe pensar de manera publicitaria apelando a maneras más atractivas de transmitir el conocimiento, generando así un aumento de la demanda del producto, en lugar de facilitarlo dando por sentado el interés del consumidor, o sea, el alumno.

5.2 Conectar Igualdad para el docente

El programa Conectar Igualdad, a través del Portal Educ.ar y el Ministerio de Educación de la Nación, brinda una oferta de diversas iniciativas de capacitación docente a través de sus plataformas virtuales.

Por su parte, en virtud de los acuerdos establecidos en el seno del Consejo Federal de Educación, cada uno de los Ministerios Provinciales ha puesto en marcha programas de capacitación presencial con los que se cubrirá todo el territorio del país acompañándose así la implementación de Conectar Igualdad.

Según figura en la página oficial de Conectar Igualdad (2012), la capacitación docente consiste una propuesta de actualización docente para acercarse al mundo de las tecnologías de la información y comunicación y aprovechar al máximo la inclusión de las tecnologías en las escuelas.

El plan de capacitación a docentes consiste en diferentes cursos de e-learning, autoasistidos de cinco semanas de duración.

Entre estos cursos figuran algunos títulos como la alfabetización digital, construyendo bicentenarios, filosofía para docentes, gestión del conocimiento, proyectos colaborativos con TIC, proyectos institucionales con TIC, TIC y espacios curriculares, aplicaciones de ofimática y producción de contenidos digitales, entre otros.

Por otro lado en el sitio también se menciona que la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura diseñó y puso a disposición de

todos los docentes de enseñanza secundaria el curso básico para capacitación docente en tecnologías de la información y comunicación, orientado hacia la implementación del modelo 1 a 1. Esta es una propuesta dirigida a que los docentes adquieran o refuercen ideas y prácticas que les resulten rápidamente provechosas en la tarea docente con este nuevo escenario de saturación tecnológica.

El modelo uno a uno se trata de la vinculación entre docentes y alumnos, conectados todos a la misma red desde las netbooks. Esto favorece a la interacción, la colaboración de un grupo, la formación de una red y la participación de todos los nodos de la red.

Este modelo implica una distribución masiva de netbooks con acceso personalizado, directo e ilimitado y ubicuo a la tecnología de la información. El sitio plantea el modelo uno a uno como una propuesta didáctica, así como también una propuesta institucional.

Los docentes cuentan con un sitio en el que se pueden inscribir a los cursos de manera sencilla y rápida. Los cursos están divididos en inicial, básico y programa maestro.

Estos están pensados para que los docentes fortalezcan el vínculo con sus propios saberes pero adaptándolos a las herramientas tecnológicas y en los entornos digitales que se desarrollan y utilizan en la actualidad.

La idea principal es que se obtengan nuevos recursos didácticos y maneras adecuadas de incluirlos en su labor profesional. Todos los cursos obtienen un certificado de comprobación de asistencia y de aprobado.

El curso inicial se basa en una propuesta de lectura sobre las tecnologías de la información y comunicación así como una forma de acercar al docente de a poco a este nuevo mundo. Estas lecturas son un primer acercamiento a lo que luego se profundiza en

el resto de los cursos, como ser el modelo uno a uno. Está planteado de una forma en la que el docente realice una lectura no lineal, siguiendo hipervínculos.

En una segunda instancia está el curso básico donde los docentes adquieren y refuerzan ideas y prácticas que resulten provechosas en la tarea cotidiana en la escuela, con este nuevo escenario que se le propone donde hay una saturación tecnológica a la que no está acostumbrado.

Es una propuesta de apropiación digital donde el docente empieza a incorporar e internalizar estos nuevos conceptos. Se trata de un curso que dura 12 semanas y tiene una modalidad virtual.

El sitio también cuenta con lo que llama recursos educativos. Estos están dedicados a ser utilizados para que los docentes lo apliquen en el aula usando la computadora. Es una propuesta para que los alumnos junto con los docentes exploren diferentes recursos, generen nuevas ideas y realicen nuevas prácticas.

Algunas propuestas que se encuentran dentro de estos recursos educativos son: Recorridos por el Museo Argentino de Ciencias Naturales; Literatura en la Web que trata de la literatura hipertextual, los elementos que incorpora o abandona con respecto a la literatura tradicional; Clonación: natural o artificial; Campeonato de SMS, documental en el área de Generación 2.0 que trata de un campeonato de redactar correctamente mensajes de texto; entre otros.

Por otro lado, existe el llamado *Escritorio del Docente* que se trata de un software instalado en las computadoras destinadas a los docentes, donde estos pueden acceder a algunas propuestas metodológicas que podrán aplicar al plan de estudios correspondiente a cada año, así como también contarán con softwares educativos, una biblioteca con clásicos universales, videos y animaciones, recorridos educativos apuntados a la biología o secuencia de textos para aplicar en la materia lengua y

literatura y actividades especialmente pensadas para desarrollar en línea con los alumnos.

Por último, en el sitio dedicado íntegramente a los docentes, Educ.ar, se orienta al docente por dónde empezar y que cursos tomar dependiendo de sus intereses. Por ejemplo, si su área es la historia hay un curso que se llama *Las TIC y la enseñanza de la Historia*, así como también hay para la materia literatura, *La literatura en la era digital: propuestas para trabajar con las netbooks*. Ahora bien, si el docente se quiere interiorizar en redes sociales y producir aplicaciones multimediales, hay cursos como *Las redes sociales con netbooks en el aula* o *Aprendiendo a ser productores de videos*. (Educ.ar, 2012).

5.3 Conectar Igualdad para el alumno

Como ya se describió, el plan conectar igualdad no sólo apunta a que el docente se acerque y se instruya en este mundo de nuevas tecnologías y metodologías de comunicación, sino que también le da herramientas pedagógicas para que entienda y pueda tener un diálogo adecuado con los alumnos, quienes son nativos digitales.

La otra cara de este plan es las prestaciones o las herramientas que se le da al alumno para que pueda aprender en la escuela de la manera que más entiende, que es manejando una computadora.

La netbook que se le entrega al alumno, al igual que al docente, posee un software especial con contenido dedicado íntegramente a él. A diferencia de el del docente, es se llama *Escritorio del alumno*.

Esta aplicación, viene integrado por contenido educativo y aplicaciones pedagógicas. Los chicos tienen acceso a libros clásicos de literatura universal, nacional y

latinoamericana, así como también juegos didácticos, videos educativos creados por el sitio Educ.ar y el canal Encuentro.

Por otro lado pueden acceder a cursos autoasistidos de informática, ofimática y técnicas de estudio y del material obligatorio de todas las materias de su año.

El diseño de la interface es totalmente distinto al del software del docente. El de los alumnos tiene una paleta de colores mucho más llamativa, con iconografía más orientada al dibujo animado, es más atractiva.

En cambio la del docente es más sobria. Si bien la distribución de los botones y las posteriores pantallas son bastante similares, lo que más varia entre una y otra son los colores y las tipografías.

Otro recurso utilizado para docentes como para alumnos son los recursos educativos. Ambos tienen acceso a los mismos recursos.

La dinámica se desarrolla de manera que el docente propone una tarea en el aula y ambos acceden al sitio Web de Conectar Igualdad para así poder trabajar en red. Los recursos educativos proponen actividades individuales y grupales y pueden ir desde recorridos virtuales, como textos interactivos o videos documentales, entre otros.

El sitio también propone al estudiante a participar de cursos y concursos. Para esto, tiene un apartado llamado *Convocatorias*, que es una especie de cartelera donde se publican los concursos vigentes con sus debidas descripciones así como también los cursos a los que pueden asistir los alumnos.

Los concursos no sólo incentivan a los alumnos a participar de actividades que les llame la atención, sino que son parte de toda una cadena de producción en donde el concurso es solo el primer eslabón, es el caso del concurso de bandas que actualmente

está publicado y tiene abierta la inscripción para aquellos alumnos que tengan una banda o que toquen un instrumento y tengan ganas de formar una banda.

Este concurso propone dar cuenta de la diversidad y cantidad de grupos musicales conformados por jóvenes de las distintas provincias, difundir su arte y posibilitar la oportunidad de experimentar la creación artística audiovisual. La banda ganadora podrá grabar de manera profesional su tema musical y realizar el videoclip de dicho tema. El siguiente paso será que con los ganadores elegidos, se registrará la grabación de capítulos que se emitirán por la pantalla del canal Encuentro y a posterior estarán disponibles en todas las netbooks para que el resto de los alumnos puedan acceder. (Conectar Igualdad, 2012)

Por otro lado, los cursos son tan variados en su temática como en *sus objetivos*. Algunos de ellos son *Introducción a la programación con mundos 3D*, *Conceptos básicos de las redes informáticas y conectividad*, *Curso básico para alumnos sobre software libre y programación*, entre otros. Los cursos son presenciales y la carga horaria varía según el tema.

Por último, el sitio Conectar Igualdad, le acerca a los alumnos el llamado Laboratorio del futuro, el cual, según lo especifica la página, es un proyecto de experimentación e innovación para la generación de ideas y desarrollo de propuestas educativas.

En este espacio se promueve el uso creativo de las tecnologías, el diseño de experiencias interactivas basadas en el juego, la generación de proyectos centrados en la colaboración, la exploración de interacciones emergentes de las personas con su entorno.

Conectar Lab está orientado a la inclusión de las generaciones jóvenes en la cultura digital, involucrando en esta tarea a las escuelas, los hogares y las organizaciones.

Los proyectos que propone el programa Conectar Igualdad desde Conectar Lab son por ejemplo, la creación de entornos de integración de viejos y nuevos medios de comunicación; diseño de experiencias de integración del mundo físico y virtual; reutilización de desechos electrónicos y la construcción de dispositivos de fabricación; diseño de espacios educativos apropiados a la dinámica digital de los contextos escolares con modalidad uno a uno; generación de aplicaciones interactivas como soporte de creación de nuevas narrativas y producción de juegos didácticos interactivos de baja complejidad a partir de ambientes virtuales de programación de códigos y objetos. (Conectar Igualdad, 2012)

El proyecto, por otra parte, se propone fortalecer la implementación del plan de inclusión digital, generando propuestas innovadoras que mejoren los usos y apropiaciones de las tecnologías dentro y fuera de la escuela.

El sitio propone cinco recursos interactivos a través de los cuales el alumno puede sumergirse en una amplia gama de temas interesantes y que tienen que ver con la tecnología moderna y la modalidad que esta posee.

Lo interesante de este diseño es que pueden aplicar todas las ramas de la educación tradicional como ser, la lengua y la literatura, la matemática, arte, historia fusionadas con la informática y el diseño multimedial.

El primer recurso es aprender por pantallas, que se refiere a la relevancia del diseño de interfaces donde se experimenten temas como la realidad aumentada, simulaciones lúdicas, libros digitales interactivos, entre otros.

Un segundo recurso es conocer a través de códigos y bits, donde se trabaja la codificación que poseen esas interfaces tanto analógicas como digitales, a través de proyectos como la programación con Squeak, eToys, Alice.

Por otro lado, otro recurso se trata de narrar a través de los sentidos, que alude a la exploración en el uso de todos los sentidos mediante narrativas transmediáticas, ficciones inmersitas y experiencias artísticas innovadoras, entre otros.

Un cuarto recurso está orientado a rediseñar espacios educativos que consiste en el desarrollo de investigaciones y experimentaciones sobre modelos y espacios educativos emergentes, como efecto de la creciente penetración de la tecnología en los diferentes ámbitos de la sociedad.

Por último, el quinto recurso que propone este sitio es, cultivar economías de abundancia, apuntado al desarrollo de prototipos de intercambio de saberes, productos y servicios en contextos presenciales o virtuales, poniendo de manifiesto la existencia de abundancia de recursos no utilizados o subutilizados. (Conectarlab.com.ar – 2012)

El sitio Conectar Lab en cuanto al diseño es más trabajado, si bien la distribución de los elementos tiene que ver más con un sitio Web que con una aplicación interactiva, es de fácil recorrido y contiene mucha información pero al estar sectorizada no hace que la lectura sea tediosa.

Conectar Lab posee una sede física ubicada en pleno centro de Capital Federal. El director de este proyecto es Alejandro Piscitelli.

En el capítulo final, se integrará todo lo abordado hasta el quinto capítulo con el objetivo de brindar herramientas útiles al diseñador que tenga como target a los nativos digitales.

6. El rol del realizador audiovisual.

Este capítulo dará cuenta del rol que tiene el realizador audiovisual en el proceso de diseño de cualquier pieza audiovisual, como puede ser una aplicación multimedial, un CD interactivo, un software educativo.

Es importante distinguir el target a la hora de diseñar una pieza, conocer sus características principales, sus gustos, sus costumbres, sus maneras de comunicarse con su entorno, su visión del mundo que lo rodea. En este caso el target es el nativo digital y de lo que se trató hasta aquí este proyecto de graduación fue de conocer un poco más a este sujeto.

El nativo digital pertenece a una generación de la que recién ahora se está teniendo noción y conciencia, de la que era incomprendida y juzgada por el simple desconocimiento. Hoy las cosas cambiaron y esos chicos que eran vistos como adictos a la computadora, rebeldes en la escuela, son contenidos desde otra perspectiva, ya que con la creación de los proyectos gubernamentales apostando a un cambio en las leyes de educación, tanto chicos como docentes son preparados para afrontar este mundo en constante cambio, hablando de tecnologías de la información y la comunicación.

El papel del realizador audiovisual, que tiene como target a un nativo digital, debe tener en cuenta todos estos factores, todos estos cambios y poder aplicarlos en sus creaciones futuras.

Como capítulo final, se fijarán algunos conceptos importantes a la hora de tomar decisiones en cuanto al diseño de una pieza audiovisual. Conceptos como la interactividad, el principio de libertad, la usabilidad, si bien no debe ser tomado a rajatabla, seguramente servirá de disparador para desarrollar ideas que tengas sustento en cuanto al contenido y así poder hacer llegar el mensaje de manera más eficaz.

6.1. El realizador audiovisual como inmigrante digital.

Es importante dejar en claro que los nativos digitales son aquellos niños que nacieron en la era digital, para algunos autores como Boschma (2008) son los nacidos después de 1988, para Piscitelli (2008) son aquellos que están dentro de la franja de 5 a 15 años. En ambos casos un recién graduado de la carrera de realización audiovisual queda fuera de esta categoría, por lo tanto pasa a ser parte de la generación ya mencionada como inmigrantes digitales.

Si bien el acceso a las nuevas tecnologías es diferente de un joven de 25 años, por ejemplo, que la de un adulto, como bien podría ser un docente, el joven no deja de pertenecer a esta categorización generacional.

Retomando el tema del realizador audiovisual, puede decirse que este posee más herramientas en cuanto a las nuevas tecnologías. El realizador audiovisual basa su estudio en el lenguaje audiovisual, tanto de las imágenes como de los sonidos. Está acostumbrado a manejarse en plataformas informáticas y con guiones multimediales.

La función del realizador audiovisual es muy amplia. Debe saber de todo un poco, de preproducción, ya que tiene que saber hacer un guión, preparar la escena antes de filmarla, construir la estructura de un CD interactivo antes de llevarlo a cabo.

Por otro lado debe tener los conocimientos para llevar esos proyectos a cabo, es decir la parte de la realización, saber que locaciones utilizar, que luces, saber dirigir ya sea un rodaje como un proyecto interactivo. Y por último debe saber de postproducción, es decir la edición y el recorte de todo lo realizado. Debe sacar en limpio el producto tal y como fue pensado en un principio.

Por lo tanto, si bien el realizador audiovisual es un inmigrante digital, tendría que pertenecer a una subcategoría ya que tiene mucho mayor conocimiento que cualquier otro inmigrante como ser un médico, abogado, docente.

El realizador audiovisual que está ejerciendo ahora, es el que está diseñando para nativos digitales. Su ventaja como ya se dijo es su cercanía con la tecnología, su desventaja es que, a pesar de esto, no puede dejar de pensar como si fuera nativo digital para poder llegar a él con mayor eficacia.

Otra dificultad que tiene el realizador audiovisual es que una vez terminados los estudios, debe mantenerse al tanto de los avances, no puede dejar de interiorizarse nunca en las cuestiones tecnológicas.

Todo lo aprendido, en los constantes avances a pasos agigantados que hacen la informática, los softwares, las redes, hace que quede obsoleto algo que ayer era nuevo. Por lo tanto para no perder esa ventaja, el realizador no debe dejar de informarse nunca.

6.2. El nativo digital como target del realizador audiovisual.

Hay ciertas cosas que un realizador debe tener en cuenta a la hora de querer transmitirle un mensaje a un nativo digital. Por empezar, es preciso decir que los nativos digitales no viven los medios como lo hace un inmigrante digital.

El realizador audiovisual, como tal, debe ser consiente que el nativo ve los medios de comunicación desde un punto de vista más emotivo, le busca el significado a lo que está viendo. En cambio, el inmigrante lo que hace es observar la parte técnica, lo concreto del mensaje, qué está ofreciendo.

Este hecho es importante ya que si se quiere llegar a un nativo digital, se debe apelar entonces, a lo emocional a la hora de desarrollar una estrategia de comunicación, una pieza audiovisual o una aplicación multimedial.

Por otro lado, otro factor a considerar importante es que los nativos digitales no se maravillan ante la aparición de un celular nuevo, una red social nueva, o lo que sea que ofrezca la tecnología moderna, ya que nació inmerso en un mundo digital y todo lo toma

de manera natural. Gran diferencia con los inmigrantes, quienes no solo se maravillan sino que se esfuerzan por aprender o conocer esto nuevo que salió, cuando todavía no pueden manejar lo que ya había. Por lo tanto la espectacularidad en los productos o piezas sumarán poco para llamar la atención del nativo.

Otra cosa a tener en cuenta a la hora de comunicarse con un perteneciente a la generación Einstein, es que toman la aplicación nueva, el juego nuevo y reemplazan a lo que existía antes. No dan muchas vueltas en cuanto tratar de usar lo nuevo, como usaban lo viejo. En cambio, al inmigrante le toma tiempo tomar conciencia del cambio y de las nuevas posibilidades que le brinda lo nuevo. El nativo digital no se arraiga, se adapta, constantemente y no le dan más trascendencia de la que tiene.

Lo principal, teniendo en cuenta todo lo mencionado, es elegir los medios en los cuales se va a tratar de llamar la atención de este nativo digital, para esto, el autor Boschma (2008) afirma que: “una buena estrategia mediática deberá tener en cuenta el significado específico que cada medio tiene para los jóvenes y, al mismo tiempo, el significado del contexto en el que se utiliza” (p. 215). Esto quiere decir que antes de elegir el medio, se debe analizar que significado tiene para el nativo digital este medio.

A continuación, este autor enumera ciertas elementos que deben conformar el mensaje a transmitir, por ejemplo: la esencia del mensaje debe ser el eje de este, no el medio en el que se va a difundir.

Por otro lado, hay que precisar el efecto que se quiere provocar en el receptor del mensaje. En este caso, una vez determinada la esencia del mensaje, se puede pasar a elegir el medio de difusión, y de esta forma estipular la reacción que se pretende.

También, es muy esencial no dar por sentado al receptor, se debe trabajar y estudiar a la perfección las modalidades, las costumbres, los medios, las características,

todo lo que implique un profundo conocimiento de lo que se quiere transmitir, a quién y cómo.

Por último, se debe tener en cuenta que un nativo digital es un ser que piensa en multipantalla, que interactúa constantemente entre muchas y distintas cosas, como ser el celular, la tele, la computadora y dentro de ella con el Facebook, el MSN, Twitter y las tareas del colegio. Por eso el mensaje debe ser concreto ya que sino, se corre el riesgo de ser descartado de un momento a otro y el mensaje nunca llegar como se pretendía.

6.3. El diseño de herramientas de comunicación.

Si bien no se puede tomar este proyecto como un manual de un paso a paso de lo que se tiene que hacer para comunicar a un nativo digital, con el análisis desarrollado hasta acá, se puede ir teniendo una idea al respecto, pero es pertinente y necesario hacer un breve repaso para fijar algunos conceptos.

El nativo digital es un ser nacido en la era digital, por lo tanto la tecnología es parte de su vida como lo es el aire que respira. Los medios digitales son completamente amigables y sencillos de utilizar y entender.

Por otro lado, el nativo tiene una conciencia emocional más desarrollada en cuanto a que le busca el significado al mensaje que puede ver en la calle, en la televisión, experimentar en un videojuego o en una investigación que está haciendo en el colegio.

También se destacan por ser curiosos, saben porque lo investigan, si necesitan o quieren saber algo no esperan a que se lo enseñen, va en busca del conocimiento. En cambio lo que no les interese no tendrá relevancia alguna para ellos.

Su forma de comunicarse y mantenerse en contacto con sus pares es en su mayoría virtual. Sus experiencias, comentarios, anécdotas, serán contadas en su grupo de amigos a través de Facebook, mensaje de texto o MSN.

Esta manera de mantenerse comunicados favorece a la circulación de información, ya que entre ellos se maneja mucho el concepto de boca a boca, es decir, si uno experimentó un juego o una nueva red social, se lo comentará a otro, ya sea una experiencia positiva o no, y este otro probará lo que su amigo le dijo y así se forma un círculo en el que difícilmente se pueda acceder si no se generó el impacto en alguno de ellos.

Por último, es importante destacar que sus vida cotidiana se basa en sus intereses y aficiones, si les gusta algo son fieles a eso y se articula como parte de su círculo.

Se debe tener en cuenta que la estructura de la información, hablando de su complejidad, se relaciona enteramente con lo cognitivo que viene en cada uno. Con la facilidad que tiene el usuario de adquirir el conocimiento.

Por otro lado, el impacto afectivo, es un hecho que debe importar al emisor. Si el usuario o receptor se conecta de manera afectiva con el mensaje es decir si se siente identificado.

También hay que poner atención si ha tenido una experiencia previa similar a la pieza audiovisual que se le está presentando en ese momento, cómo fue su reacción, positiva, negativa. Estos tres factores son determinantes a la hora de transmitir correctamente un mensaje.

Por otra parte, no es menor el hecho de que para poder sentarse a diseñar una pieza audiovisual, sea cual fuere, hay que respetar ciertas normas, como por ejemplo que para transmitir un mensaje hay que trabajar los canales de manera separada y diferenciada.

Por canales se entiende como canales perceptivos. Tratar cada canal de esta manera hace que el receptor decodifique más rápidamente el mensaje. Una vez

trabajados los distintos canales, se debe sincronizar todo de manera que quede unificada toda la pieza audiovisual bajo un mismo código o lenguaje.

Una pieza audiovisual dirigida a nativos digitales, debe cumplir con ciertos requisitos. En primer lugar es imprescindible el uso de la interactividad. Como ya se mencionó en este proyecto de graduación, el principio de interactividad es un recurso que propio de las aplicaciones multimediales.

La interactividad es la que diferencia una pieza audiovisual multimedial de un video tradicional. Si bien que el proyecto tenga interactividad, no asegura el éxito del mismo, lo que si va a brindar es un refuerzo del mensaje, que el usuario sienta que participa en la dinámica de la aplicación y que le sea entretenido a la hora de navegar por esta.

Por otro lado, está el principio de libertad, también mencionado anteriormente, que alude a que para diseñar una pieza audiovisual multimedial, se debe antes guionar y estructurar toda la aplicación, lo sería el esqueleto de la misma. Ya que es ahí donde el usuario va a navegar y si bien se trata de un esquema prefijado por el guionista o realizador, el usuario lo debe percibir como un mundo en el que se mueve sin restricción alguna.

Si se quiere hacer un software educativo, por ejemplo, se debe tener en cuenta también el hecho de que se produce un feedback entre usuario y producto, ya que la aplicación por un lado va a tener contenidos y por otro puede tener una parte práctica en donde el usuario utilice los contenidos para resolverla. En este ida y vuelta, el producto se pone a prueba frente al usuario, como este frente al producto.

En la aplicación debe haber algo para resolver, algo que motive al usuario a seguir navegando por ella. El autor Bou Bauzá lo llama efectos de ausencia de dramatización, y

se refiere a que si no hay un gancho que atraiga al usuario, este pierde interés y deja de lado la aplicación.

También el rol que tiene la usabilidad y el desplazamiento que puede tener el usuario en la aplicación es esencial a la hora de diseñarla. Debe tener un recorrido y debe permitir un desplazamiento que el usuario se sienta cómo cuando este usando la aplicación.

El diseño debe ser lo que se llama intuitivo, pero no complejo ni rebuscado. Lo mejor es no tener elementos que no hagan nada ni aporten nada ya que confunden al usuario y lo frustran cuando intenta hacer algo con ese elemento y el resultado es nulo.

Por último, y no menos importante, a la hora de diseñar una pieza audiovisual, se debe tener en cuenta la estética que se va a utilizar. Para esto, es necesario saber a quién está dirigida la misma, ya que no es lo mismo hacer un videojuego interactivo para chicos que para chicas.

Los recursos gráficos, los colores, las texturas, todo lo que tenga que ver con el diseño de la interface es lo más importante para prever luego de tener el esquema de la aplicación. Tiene que ser atractivo a los ojos, ya que si trabajamos con pantallas, el primer canal perceptivo que trabaja es la vista. No se debe dejar al azar este último punto ni es menos importante que todos los anteriores.

Como ya se mencionó, esto no pretende ser una guía de pasos a seguir, sino un despliegue de conceptos a tener en cuenta a la hora de diseñar cualquier pieza audiovisual.

Conclusión

Cuando se habla de los avances de las tecnologías de información y comunicación, se hace referencia a la evolución del hombre y sus formas de relacionarse con las personas de su entorno. Estas tecnologías son el puntapié para empezar a hablar de comunicación.

La evolución sugiere la necesidad de cambio hacia algo diferente. En el caso de la comunicación, el hombre tenía la necesidad de transmitir cosas, de poder comunicarse con su entorno, de expresar tanto sus sentimientos como pensamientos o conocimientos, por eso pasa, a grandes rasgos, de los dibujos rupestres a los dibujos pictóricos para luego desarrollar lo que se conoce en la actualidad como el alfabeto.

En ese momento era sólo cuestión de tiempo para que surgieran nuevas y variadas formas de transmitir información. Un ejemplo de esto fue la aparición del invento de los tipos móviles que llevaron a la creación de la imprenta. Otro invento que le siguió al hombre fue la fotografía, que surge como forma de expresión artística y da paso a la invención de la cámara cinematográfica.

La tecnología y su desarrollo hasta el día de hoy, no tiene ni más ni menos que ver con esa necesidad de comunicar. Por esto, los cambios surgidos en los medios de comunicación como respuesta al avance de la tecnología derivan en nuevas necesidades y demandas sociales, generando así la creación de nuevos y mejorados medios y herramientas de comunicación.

Por ello, lo importante es tener en claro qué se quiere comunicar, las herramientas y los medios que se van a utilizar para que el mensaje llegue de una manera efectiva y por sobre todo delimitar al público al que se quiere llegar. En pos de eso, se puede mencionar a la generación que se propone como foco de estudio en este proyecto de grado: los nativos digitales. Resultando interesante mencionar cómo se puede lograr un

cometido, en este caso conectar con los nativos digitales, conociendo bien al sujeto que se tiene como objetivo.

Es importante entender al nativo como un ser tecnológico y como alguien que necesita de esta tecnología para llevar su vida adelante. Los tiempos cambiaron y cosas como la educación tienen que adaptarse. Se deben brindar herramientas que sirvan al desarrollo de los chicos. Para eso las medidas educativas que se están tomando son de vital jerarquía.

Así como existen los nativos digitales, la otra cara de esta moneda es la generación anterior a ellos, la de los inmigrantes digitales. La diferencia entre ambas generaciones son abismales y tanto docentes como padres, pertenecen a esta última segmentación. Estos, deben entender que el nativo tiene necesidades y concepciones diferentes a las de ellos, por lo tanto, deberán buscar el equilibrio para poder estar a la altura de las peticiones y formas de comunicarse que estos chicos poseen.

Las relaciones intergeneracionales terminan siendo de una reciprocidad notable, ya que el adulto en su rol de docente o de padre, buscará la manera de capacitarse para poder educar al nativo, y el nativo también educará al docente o al padre desde su lugar, desde su lenguaje. Se da una interacción entre ellos impensada en otros tiempos en los que los chicos iban al colegio, leían los libros que dictaba el programa y el que sabía era el maestro.

Por su parte, el Estado está implementando nuevas formas de educación pensando en la evolución tecnológica ya mencionada, y sobre todo para que tanto el alumno como el docente puedan trabajar con nuevos métodos en clase. Esto permite aplicar nuevos conocimientos, generar nuevas actividades, reformular los programas curriculares y adaptarlos a esta nueva era. Los nuevos métodos de educación pueden ser vistos como un beneficio para achicar las brechas digitales y prevenir que los chicos

queden fuera o relegados de un mundo globalizado como el que se está viviendo en la actualidad.

Los proyectos que está llevando a cabo el Gobierno Nacional Argentino como la creación de portales educativos como Educ.ar y Conectar Igualdad o la iniciativa de repartir netbooks a escuelas públicas, con contenidos pedagógicos, educativos, actividades para hacer en clase, entre otras cosas, son formas que se están implementando para afrontar los cambios tecnológicos y poder así satisfacer ciertas necesidades y lograr conectar con el nativo.

Además de brindarle al docente herramientas de trabajo en clases o cursos que los orienten en las actividades que se pueden hacer con las computadoras, o el vocabulario de este lenguaje informático, estos sitios, proponen cambios de paradigma en cuando a una transformación profunda de la educación desde el punto de vista pedagógico y emocional.

Es importante tener en cuenta todos estos factores para lograr entender el fenómeno de la existencia de esta nueva generación, ya que solo así se logrará conocer al sujeto en profundidad y se puede lograr el objetivo de transmitir un determinado mensaje, ya sea por medio de un software educativo, una aplicación para un celular, un cortometraje o un afiche en la vía pública.

Es de vital importancia que el realizador de la pieza audiovisual que fuere, conozca el contexto en el que se desarrolla la realización, es decir, debe tener en cuenta el mundo en el que se desenvuelve el usuario.

Si bien, hacer un repaso de conceptos básicos como qué es la realización audiovisual, cómo surge y cuál fue su evolución, puede resultar algo tedioso, es primordial conocer el medio con el que se trabaja, sus falencias, sus procesos evolutivos,

para poder saber donde está ubicado hoy el rol del realizador y tomar como precedente o como fuente de información los cimientos de esta rama del arte.

El realizador audiovisual que tenga como target al nativo digital, debe tener en cuenta que este piensa de una manera interactiva, autodidacta, dinámica, de multi-acción, de buscar la resolución de manera independiente, apelando a la prueba y el error y así desarrolla una habilidad de estrategia de aprendizaje.

A la hora de plantear la idea de hacer una pieza audiovisual se debe tener claro el mensaje que se pretende hacer llegar. Una vez determinado el mensaje se pasa a diseñar la pieza, empezando por la estructura o guión de cómo va a ser el recorrido o desarrollo de la misma, recorrido que tiene que ser solo evidente para quien lo creó y no para el usuario, ya que si se tiene en cuenta que este se ha transformado en alguien activo y selectivo y el proyecto le resulta poco entretenido, fácil de resolver o sin un gancho que los mantenga motivados a seguir navegando la aplicación o pieza audiovisual, se puede aburrir y dejarla de lado, sin muchas vueltas.

El papel del realizador audiovisual debe tener en cuenta todos los factores ya mencionados, todos los cambios en las tecnologías y en las comunicaciones y poder aplicarlos en sus creaciones futuras. Es importante fijar conceptos como interactividad, el principio de libertad, la usabilidad, entre otros antes de sentarse a diseñar una pieza.

Es esencial determinar el medio en el cual se va a transmitir el mensaje, ya que si se falla en el medio, se falla en la comunicación y por lo tanto el mensaje no llega al receptor.

Se debe tener claro que de lo que se habla es de redefinir los medios y lo que se desea transmitir adaptado a una realidad digital. En esta era digital, se le propone al usuario que navegue en un mundo donde conviven la televisión junto con la computadora, el teléfono celular junto con Internet. La forma de comunicación está

inmersa en un contexto de multiplataforma que tiene como lengua nativa el lenguaje audiovisual.

También se deben pensar estos tiempos modernos como un cambio en las costumbres, en la cultura, en la mentalidad. Se trata pues, de una era en la que lo digital abre nuevas puertas y nuevas posibilidades hacia un mundo en el que el usuario deja de tener un rol pasivo y pasa a ser un consumidor activo frente a la amplia oferta de contenidos que se le presenta.

El usuario puede profundizar en los temas que le interesan y tener acceso total a esos contenidos, gracias a la digitalización y a la realización de nuevas y variadas piezas audiovisuales.

Los objetivos que se plantearon al comenzar este proyecto de graduación que eran no sólo la investigación de teorías que sustenten el término de nativos digitales sino también profundizar el tema de la alfabetización digital, relacionar los conceptos de nativos digitales con el lenguaje audiovisual de la multipantalla para dar nuevas herramientas de comunicación al realizador audiovisual que tiene como target esta nueva generación quedaron ampliamente exployados a lo largo del desarrollo de este texto.

Sin intenciones de ser una guía de pasos a seguir, este proyecto de graduación se plantea como un análisis que sirva como disparador para desarrollar ideas que tengan sustento en cuanto al contenido y así poder hacer llegar el mensaje de una manera más efectiva.

En este texto se trató de poner en perspectiva muchos aspectos que hacen al quehacer del realizador, así como también del conocimiento de esta nueva generación: los nativos digitales.

Por lo tanto, y como cierre, se plantea al rol del realizador audiovisual como alguien que debe pensar y estar inmerso en este mundo digital, debe poseer una gran

formación cultural y tecnológica que le permita desenvolverse con soltura y versatilidad en el lenguaje planteado actualmente.

Este proyecto de grado propone un replanteo de la concepción de transmitir un mensaje. Los medios de comunicación junto con los avances tecnológicos, hacen que el comunicador, en este caso el realizador audiovisual, entienda que el cambio que se produjo es irrevocable e irreversible, debe adaptarse creando nuevas formas de transmitir información. Solo aquellos realizadores que logren interpretar estos cambios y expresarlos en piezas audiovisuales efectivas tendrán protagonismo en la vida de los nativos digitales.

Lista de referencias bibliográficas

- Balaguer, R. (2009). *Ni nativos ni inmigrantes: llamadles náufragos digitales*. Disponible en: <http://ubaculturadigital.Wordpress.com/2009/02/27/ni-nativos-ni-inmigrantes-llamadles-naufragos-digitales/> Recuperado: 23 de agosto de 2011
- Boschma, J. (2008). *Generación Einstein. Más listos, más rápidos y más sociables. Comunicar con los jóvenes del siglo XXI*. Barcelona: Generación 2000.
- Bou Bauzá, G. (1997). *El guión multimedia*. Madrid: Anzos.
- Castells, M. (1998). *La era de la información: Economía, sociedad y cultura. Volumen I: La sociedad de Red*. México D.F.: Siglo XXI editores.
- Castells, M. (2001). *La galaxia Internet*. Barcelona: Plaza & Janés Editores.
- Conectar igualdad. (2012). Disponible en: <http://www.conectarigualdad.gob.ar/>
- Conectar Lab. (2012). Disponible en: <http://conectarlab.com.ar/>
- Educ.ar. (2012). Disponible en: <http://www.educ.ar/>
- Frasca, G. (2003). *Simulation versus narrative: introduction to ludology*. New York. Routledge. Citado en Piscitelli, A. (2008). *Nativos Digitales. Dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de la participación*. Buenos Aires: Santillana.
- Monterde, J. (1986). *Cine, historia y enseñanza*. Barcelona: Editorial Laia.
- Piscitelli, A. (2008). *Nativos Digitales. Dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de la participación*. Buenos Aires: Santillana.
- Sempre, P. (1968). *La comunicación audiovisual*. Madrid: Instituto Nacional de Publicidad.
- Urresti, M. (2008). *Ciberculturas Juveniles*. Buenos Aires: La crujía.

Valleur, M. y Matysiak, J. (2005). *Las nuevas adicciones del siglo XXI: Sexo, pasión y videojuegos*. Barcelona: Paidós.

Zunzunegui, S. (1989). *Pensar la imagen*. Barcelona: Editorial Fontanella.

Bibliografía

- Balaguer, R. (2009). *Ni nativos ni inmigrantes: llamadles náufragos digitales*. Disponible en: <http://ubaculturadigital.Wordpress.com>
- Boschma, J. (2008). *Generación Einstein. Más listos, más rápidos y más sociables. Comunicar con los jóvenes del siglo XXI*. Barcelona: Generación 2000.
- Bou Bauzá, G. (1997). *El guión multimedia*. Madrid: Anzos.
- Castells, M. (1998). *La era de la información: Economía, sociedad y cultura. Volumen I: La sociedad de Red*. México D.F.: Siglo XXI editores.
- Castells, M. (2001). *La galaxia Internet*. Barcelona: Plaza & Janés Editores.
- Conectar igualdad. (2012). Disponible en: <http://www.conectarigualdad.gob.ar/>
- Conectar Lab. (2012). Disponible en: <http://conectarlab.com.ar/>
- Educ.ar. (2012). Disponible en: <http://www.educ.ar/>
- Ferla, J. (1998). *Arte audiovisual: tecnologías y discursos. Video, tv, cine y multimedia*. Buenos Aires: Eudeba.
- García Guinea, M. (1989). *Altamira y otras cuevas de Cantabria*. Madrid: Silex.
- Maldonado, T. (1994). *Lo real y lo virtual*. Barcelona: Gedisa.
- Martínez Abadía, J. (1991). *Introducción a la tecnología audiovisual: televisión, video, radio*. Barcelona: Paidós.
- Monterde, J. (1986). *Cine, historia y enseñanza*. Barcelona: Editorial Laia.
- Piscitelli, A. (1995). *Ciberculturas. En la era de las máquinas inteligentes*. Buenos Aires: Paidós

Piscitelli, A. (2008). *Nativos Digitales. Dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de la participación*. Buenos Aires: Santillana.

Sempre, P. (1968). *La comunicación audiovisual*. Madrid: Instituto Nacional de Publicidad.

Urresti, M. (2008). *Ciberculturas Juveniles*. Buenos Aires: La crujía.

Valleur, M. y Matysiak, J. (2005). *Las nuevas adicciones del siglo XXI: Sexo, pasión y videojuegos*. Barcelona: Paidós.

Zunzunegui, S. (1989). *Pensar la imagen*. Barcelona: Editorial Fontanella.