Revista *ANIMACIÓ* núm. 24

TIC's de l'animació



creativitat i innovació

ISSN 1988-6748

REVISTA ANIMACIÓ

Revista *ANIMACIÓ* núm. 24

TIC's de l'animació: creativitat i innovació

Editorial

Adrián Ballester (director general de l'IVAJ)
http://www.adrianballester.es/

L'animació juvenil sempre ha tingut un "tic", una dèria, si voleu; sempre ha volgut que l'expressió, la comunicació, la creativitat i la participació foren els pilars bàsics de la seua metodologia, juntament amb la necessitat d'una renovació constant de mètodes i recursos.

Continuant amb este "tic" que ens caracteritza i aprofitant que l'any passat es va declarar Any Europeu de la Creativitat i la Innovació, volem afegir la veu de la revista *Animació* a totes les que parlaren de creativitat i TIC (tecnologies de la informació i la comunicació), però en este cas aplicades a l'animació juvenil.

No cal dir que la incorporació de les TIC a la vida quotidiana fa necessària també l'adaptació d'alguns recursos i tècniques d'animació per als jóvens. El segle XXI demana animadors i animadores amb capacitat d'adaptació al canvi tecnològic i amb grans dosis de creativitat perquè la tecnologia no ens faça perdre la perspectiva de la metodologia de l'animació. Tecnologia, participació i creativitat han d'anar de bracet.

Els articles que hem recollit en este número de la revista *Animació* pretenen ajudar al disseny del futur de l'animació juvenil, tot incidint en el paper de les tecnologies de la informació i la comunicació pel que fa a la gestió, el disseny i el desenvolupament de les activitats d'animació, i també, a la formació dels futurs animadors juvenils.

La animación juvenil siempre ha tenido un "tic", una manía, si queréis; siempre ha querido que la expresión, la comunicación, la creatividad y la participación fueran los pilares básicos de su metodología, junto a la necesidad de una renovación constante de métodos y recursos.

Continuando con este "tic" que nos caracteriza y aprovechando que este año pasado fue declarado Año Europeo de la Creatividad y la Innovación, queremos añadir la voz de la revista Animació *a todas las que hablaron de creatividad y TIC (tecnologías de la información y la comunicación), pero en este caso aplicadas a la animación juvenil.*

Ni que decir tiene que la incorporación de las TIC a la vida cotidiana hace necesaria también la adaptación de algunos recursos y técnicas de animación para los jóvenes. El siglo XXI pide animadores y animadoras con capacidad de adaptación al cambio tecnológico y con grandes dosis de creatividad para que la tecnología no nos haga perder la perspectiva de la metodología de la animación. Tecnología, participación y creatividad deben ir de la mano.

Los artículos que hemos recogido en este número de la revista Animació *pretenden ayudar al diseño del futuro de la animación juvenil, incidiendo en el papel de las tecnologías de la información y la comunicación por lo que respecta a la gestión, el diseño y el desarrollo de las actividades de animación, y también, a la formación de los futuros animadores juveniles.*

ISSN 1988-6748

Revista ANIMACIÓ núm. 24

TIC's de l'animació: creativitat i innovació

WEB 2.0, ANIMACIÓ SOCIOCULTURAL I JOVENTUT

Mario Viché Gonzàlez (pedagog i animador sociocultural)

Una aproximació al títol de la conferència

Una primera aproximació al tema d'aquesta comunicació ens portaria a apropar-nos als conceptes de web 2.0, animació sociocultural i joventut, a fi de fer una primera anàlisi de les possibles interaccions i sinèrgies entre aquestes tres realitats.

En primer lloc, ens acostarem al concepte de web 2.0 a través de la Viquipèdia, l'enciclopèdia lliure generada en Internet de forma col·laborativa.

Viquipèdia, en referir-se a la web 2.0, assenyala:
"El concepte Web 2.0 va ser esmentat per primer cop per O'Reilly Media el 2004, referint-se a la percepció que la segona generació de la Web es basava en comunitats i en serveis de hosting, com ara els espais web de treball en xarxa, les wikis, i Folksonomy folksonomies que faciliten la col·laboració i en el fet de compartir entre usuaris espais per a fotografies, textos i vincles amb altres web-sites, els tres exemples més clars són Flickr, del.icio.us i Youtube. O'Reilly Media va titular una sèrie de conferències al voltant d'aquest concepte i des d'aleshores ha estat àmpliament adoptat.

Encara que el terme suggereix una nova versió de la Web, no fa referència a una actualització o evolució d'Internet o de la tecnologia específica de la World Wide Web, però sí que es refereix als canvis que es fan de l'ús de la plataforma".

Encara que l'aparició de la web 2.0 ha anat unida a una evolució en la tecnologia, amb la generalització del llenguatge php com a suport per a la creació d'entorns web dinàmics; com molt bé apunta Viquipèdia, allò que caracteritza la web 2.0 no és el canvi tecnològic sinó els nous usos que el concepte de web 2.0 associat al de xarxa social, introdueixen en Internet.

La web 2.0, doncs, fa referència, més que a qüestions de software a pràctiques i usos socials relacionats amb la creació de cibercomunitats i el treball col·laboratiu en xarxa.

En una primera conclusió podem dir que la web 2.0 no suposa un canvi de versió o tecnologia en referència a la web 1.0, sinó sobretot, un canvi de filosofia en referència al concepte de la web clàssica. D'una concepció de la web que es presenta com una eina de lectura unidireccional hem passat a una concepció de l'entorn web com una eina de comunicació bidireccional, de confluència de llenguatges, de pràctiques col·laboratives i, en la mesura que possibilita la creativitat col·lectiva, la interactivitat i la creació de cibercomunitats capaces de participar del debat social, podríem començar a parlar de webs 3.0, allò que els tècnics anomenen ja webs intel·ligents.

ISSN 1988-6748

El segon concepte a què ens acostarem és el de l'animació sociocultural. En el meu llibre: La animación sociocultural; apuntes para la formación de animadoras y animadores socioculturales (Certeza 2008), definia la pràctica de l'animació com:

"..una práctica educativa que conjuga el derecho de todo ciudadano a la educación integral y al acceso a la cultura con el derecho y el deber de participar activamente en la vida colectiva, en la estructuración de la colectividad y la transformación de la realidad"

D'aquesta aportació es desprén que l'animació és una pràctica ciutadana que té com a objectiu l'estructuració de col·lectius socials al voltant de models integradors, justos i sostenibles, i que utilitza com a eines –per al respecte i la integració de les individualitats i la creació d'identitats socioculturals sòlides– l'accés a la cultura i a la sensibilitat, la dialecticitat com a base per a l'anàlisi de la realitat, la participació lliure dels ciutadans en el debat i la presa de decisió col·lectives, eines totes necessàries per assegurar la cohesió, la solidaritat social i el desenvolupament sociocultural.



L'animació com a pràctica social genera unes experiències comunicatives interactives i unes dinàmiques col·laboratives de solidaritat i de creació col·lectiva.

En tercer lloc, la joventut es defineix com una etapa en la vida dels individus, dones i homes, caracteritzada per la recerca d'una identitat pròpia basada en la consolidació de l'autoestima individual, la xarxa de relacions i l'experimentació de vivències personals i col·lectives que fonamentaran la posterior vida adulta.

La joventut es caracteritza per la recerca de l'experiència autònoma, l'aspiració d'un canvi social que possibilite una societat més justa i més sincera, la insatisfacció personal i col·lectiva, però també la inquietud per a trobar noves fórmules socials. En el fons, els joves busquen crear el seu propi espai en el món en què viuen, diferenciar-se de l'espai que ha creat la generació anterior.

Des del punt de vista tecnològic, els joves són fills de les noves tecnologies. Els llenguatges informàtics, l'hipertext i la convergència de mitjans formen part de la seua cultura materna. Els joves no necessiten fer la migració tecnològica que hem necessitat fer els adults.

ISSN 1988-6748

No obstant això, si bé els joves tenen una visió del món tecnològica, hi accedeixen d'una forma molt intuïtiva i han incorporat les tecnologies digitals a la seua forma de relació i comunicació; existeix una visió estereotipada dels joves com a dominadors de les tecnologies, una visió que, si bé podem acceptar des del punt de vista de la utilització del software i hardware digital, no acceptem tan clarament si fem referència a estratègies comunicatives, interactives i col·laboratives, les quals formen part dels usos de les anomenades xarxes socials.

D'aquesta primera introducció ja podem traure algunes conclusions que poden orientar la nostra posterior reflexió. En primer lloc, hem vist com les web 2.0 es caracteritzen per constituir-se com nous usos comunicatius dins del ciberespai, uns usos que estan directament relacionats amb la creació de cibercomunitats i el treball col·laboratiu solidari. És, dins aquesta concepció, que el món de la web 2.0 es troba amb les pràctiques de l'animació, coincidint en ser una praxi social que tendeix a la creació de comunitats i xarxes socials solidàries, la cohesió i el desenvolupament social basat en els principis col·laboratius i de la sostenibilitat. És, a partir d'aquestes pràctiques socials, que podem enllaçar amb les inquietuds dels joves per trobar fórmules de convivència i de desenvolupament social més solidàries i col·laboratives.

L'animació sociocultural i, com veurem més endavant, la ciberanimació, es desmarca de les pràctiques ocupacionals i del consum d'oci per a convertir-se en una praxi del treball col·laboratiu i solidari, i de la creació de cibercomunitats.

D'Internet al ciberespai

Internet i el ciberespai són dues realitats diferents i, per tant, cal diferenciar-les:
Internet és un mitjà de comunicació i com a tal compleix funcions comunicatives relacionades amb la presa de contacte, l'intercanvi d'informació, la interacció i la creació d'estereotips. Com a mitjà de comunicació que és, Internet ha de ser afrontat com a tal i considerada la seua funció com a similar a altres mitjans de comunicació: telèfon, premsa, ràdio, televisió. Com a mitjà de comunicació, la funció primordial d'Internet és l'intercanvi d'informació i la interacció, però no intervé directament en la creació de cibercomunitats i de teixit social. Com afirma Lawrence Lessig (2009), un dels més importants estudiosos de la llibertat d'expressió i de l'arquitectura d'Internet: "La inmensa mayoría de los usos de la Red carece de conexión con cualquier ideal de comunidad"

Dins del paradigma d'Internet es trobaria la web 2.0, entesa com a software integrador de diverses funcions comunicacionals; la web 2.0 faria funcions de mitjà de comunicació, com ara blogs, fòrums, xats o la majoria dels espais basats en l'intercanvi de fitxers.

Per la seua part, el ciberespai se'ns presenta com un nou entorn d'experiència i intercanvi vital. Per a Lessig el ciberespai es caracteritza per ser una conjunció d'espais diversos, una diversitat d'entorns vitals de referència on els individus interactuen. El ciberespai està més relacionat amb els usos i les pràctiques socials que amb l'intercanvi d'informació. Més enllà, el ciberespai suposa l'aprofitament de les potencialitats de les tecnologies digitals per a la creació de xarxes i moviments socials. En aquest sentit Lessig apunta: "El ciberespacio, evoca, o engendra, maneras de interactuar que antes no eran posibles"

El ciberespai és un espai on conflueixen experiències virtuals i reals dels individus i els seus col·lectius. El ciberespai es constitueix com un entorn vital per la comunicació, la interactivitat,

la col·laboració i la creació de cibercomunitats que, intervenint en el debat social, són factors de la creació del teixit i el desenvolupament social.

El ciberespai suposa nous usos i noves pràctiques socials per a construir i interpretar la ciutadania i el desenvolupament comunitari. Com afirma Marco Silva (2005) referint-se a la interactivitat, aquesta suposa un plus comunicacional que va més enllà de les funcions comunicatives. En aquest sentit, el ciberespai aporta també un plus comunicacional i organitzatiu als processos de construcció i desenvolupament de les estructures socials, un plus que va més enllà dels aspectes relacionats amb el software o els entorns digitals, i que es relaciona directament amb aspectes relacionats amb la identitat, la interactivitat i la creació de cibercomunitats.

Dins del paradigma del ciberespai trobaríem les xarxes socials, enteses com la conjunció d'espais interactius que tenen com a objectiu la creació de cibercomunitats i la participació d'aquestes en el debat social.



La web 2.0, com a mitjà de comunicació

En nombroses ocasions la web 2.0 se'ns presenta com un mitjà de comunicació interactiu que permet un cert feed-back per part dels receptors dels missatges. Encara que l'espectre de la web 2.0 és bastant extens i diversificat, considerarem, per facilitar la comprensió del nostre discurs, el blog com el paradigma d'aquesta utilització de la web.2.0.

En referència al blog, la vikipèdia el defineix així: “Un blog, o en español también una bitácora, es un sitio web periódicamente actualizado que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores, apareciendo primero el más reciente, donde el autor conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente”

Un altre autor Henry Jenkins (2009), estudiós dels fenòmens de la cultura popular en els mitjans de comunicació, en referir-se al blog assenyala:
“El témino blog es una abreviatura de web log (diario en la red), una nueva forma de expresión personal y subcultural.....”, més endavant subratlla: “El blogging describe un proceso de comunicación, no una posición ideológica”

En la majoria dels casos el blog es converteix en un periòdic digital en Internet, on un autor o un grup d'opinió transmet informacions i expressa les seues idees de forma periòdica en la Xarxa. Tal vegada siga per aquesta característica que trobem cada vegada un major ressò del blogging dins dels mitjans de comunicació més tradicionals i entre els professionals de la comunicació mediàtica.

Com a periòdic digital, el blog es presenta com a un mitjà de comunicació unidireccional, encara que permet el feed-back per part de l'audiència. D'aquesta manera el blog, tot i ser un mitjà important per permetre la llibertat d'expressió dels individus i dels col·lectius socials, s'emmarca dins dels models bancaris (unidireccionals i centralitzats) de la comunicació.

Les xarxes socials molt més que un software interactiu

Com hem apuntat ja en els apartats anteriors, les xarxes socials, tot i que potenciades per l'aparició de la web 2.0, van molt més enllà de l'aplicació d'un software específic a la creació d'entorns digitals. Les xarxes socials, pel fet d'actuar en Internet, també són alguna cosa més que un mitjà de comunicació. Les xarxes socials pertanyen, doncs, al món del ciberespai.

Les xarxes socials incorporen la tecnologia de la web 2.0, però afegeixen tota una filosofia d'ús que dóna lloc a una sèrie de pràctiques socials en el ciberespai que tendeixen a la creació i a l'estructuració de cibercomunitats.

Les xarxes socials s'estructuren a partir d'unes senyes d'identitat definides: inquietuds, interessos comuns, representacions compartides de la realitat, creació d'entorns digitals a través dels quals crear i potenciar cibercomunitats basades en la interactivitat, el treball i l'autoria col·laborativa. Les xarxes socials s'estructuren en el ciberespai amb una intencionalitat de crear cibercomunitats, aprofundir en els trets que les caracteritzen, crear espais interactius de comunicació i participar, així, en el debat i l'organització del teixit social.

Les xarxes socials creen estructures comunicatives multidireccionals, descentralitzades i interactives. En aquest sentit les xarxes socials es basen en una comunicació alliberadora que permet i estimula la llibertat d'expressió, i que potencia l'expressió i l'autoria col·lectiva en el ciberespai.

Cibercomunitats i desenvolupament social

L'animació sociocultural, una vegada alliberada dels condicionants de l'educació en el lleure i de la formació sociopolítica, ha deixat enrere models ocupacionals (l'ocupació creativa del temps lliure), associatius (la participació com a fi en si mateixa) i consumistes (el consum d'oci, joc i tecnologia), per afrontar un model que promou una educació ciutadana integral i integradora, basada en la implicació i la participació dels individus en els seus processos de desenvolupament, tenint com a objectiu l'estructuració social i el desenvolupament comunitari.

Però el ciberespai ha trencat el concepte tradicional de comunitat propi de la modernitat, basat en la coincidència en un temps i un espai, per a donar pas a un nou concepte de comunitat basat en un "no espai", una confluència d'indrets virtuals i reals que es fonamenten en la coincidència d'inquietuds, interessos i identitats.

ISSN 1988-6748

Pierre Évol (2004) defineix les comunitats virtuals com: “las nuevas ciudades del ciberespacio”, i afegeix que: “En un futuro no demasiado lejano, las comunidades más definitorias de nuestra identidad serán las reunidas en torno a un mismo mensaje, a un mismo espíritu, es decir, que se tratarán de comunidades de elección que acabaremos de adoptar tras muchas pruebas, con el fin de descubrir las más convenientes para nosotros”.

Ens trobem davant d'un nou concepte de comunitat, un concepte més propi de la postmodernitat, en què la comunitat és el resultat de la trobada dels individus, els quals a partir de les sues identitats individuals: interessos, inquietuds i representacions, es troben en el ciberespai per a construir identitats col·lectives i, fruit d'una relació interactiva, crear cibercomunitats que es fan visibles en les dinàmiques socioculturals que donen peu al desenvolupament comunitari.

Com molt bé ha explicat Javier Cremades, aquestes cibercomunitats s'organitzen de forma autònoma en el ciberespai a partir dels seus interessos i en resposta a la seua representació col·legiada de la realitat i de les situacions problematitzadores que experimenten en el dia a dia, que creen el seu espai cibercomunitari i que es converteixen així en una mena de grup de pressió o micropoder, com l'anomena Cremades (2007), que es fa visible en el ciberespai i que, seguint el concepte expressat per Paulo Freire, participa en el conjunt del debat social dient la seua pròpia paraula.

Si el ciberespai obri les portes a un nou concepte de cibercomunitat, des de la perspectiva del desenvolupament comunitari és necessària, també, una reformulació del concepte, més acord amb els paradigmes de la postmodernitat i la configuració del ciberespai.

La modernitat havia creat un concepte de desenvolupament comunitari basat en la identitat territorial i sustentat sobre la idea d'un desenvolupament econòmic il·limitat. La postmodernitat, i sobretot el ciberespai com a nou entorn per a l'estructuració de les cibercomunitats, dóna lloc a un nou concepte de desenvolupament comunitari basat sobretot en la confluència i la trobada d'identitats individuals, en l'estructuració de cibercomunitats en funció de representacions col·lectives, interessos i inquietuds compartits en xarxa, i també en un nou model de desenvolupament que té molt a veure amb la cooperació, la solidaritat, el repartiment just dels recursos i la sostenibilitat com a valor de convivència i de perpetuació de les estructures socials. Sorgeix, doncs, el concepte de desenvolupament cibercomunitari sostenible. Un concepte en el qual, com afirma Enrique Leff (2002): “La sustentabilidad ecológica aparece así como un criterio normativo para la reconstrucción del orden económico, como una condición para la sobrevivencia humana y un soporte para lograr un desarrollo durable, problematizando las bases mismas de la producción”.

Una qüestió de software?

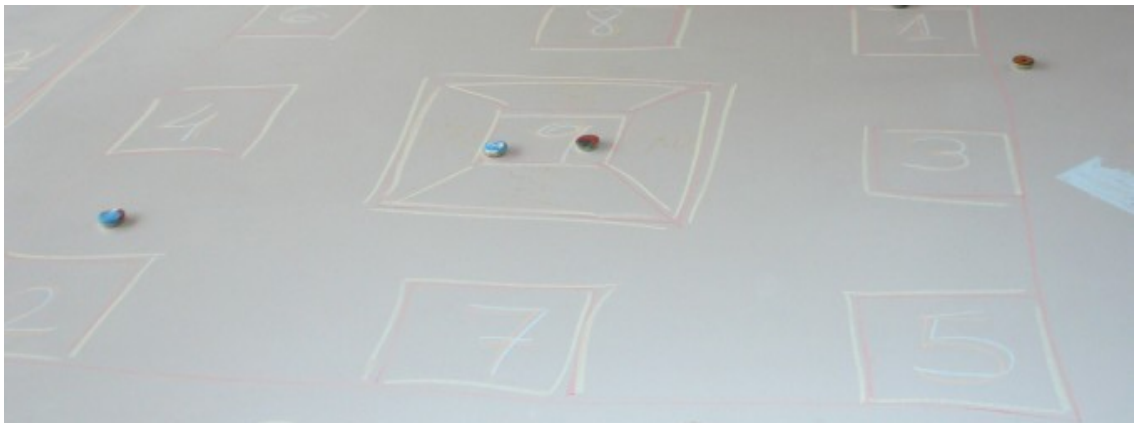
Des de sectors tecnòfils se'ns insisteix en la importància del software per a generar xarxes socials. Si bé és veritat que l'evolució del llenguatge html –un llenguatge informàtic expositiu i unidireccional– cap al llenguatge php –un llenguatge de programació dissenyat per a la creació de pàgines web dinàmiques– ha estat un element revulsiu per a la implantació de la web 2.0 i ha possibilitat el desenvolupament de xarxes socials, hem d'afirmar que no és el software, tot i ser un element necessari, l'element generador i determinant per la implantació de les xarxes socials.

ISSN 1988-6748

El llenguatge php se'ns presenta com a un llenguatge bidireccional i interactiu que possibilita el feed-back i l'expressió dels distints usuaris de l'entorn web, mitjançant la gestió de paquets d'informació. El llenguatge php, juntament amb altres llenguatges i recursos dinàmics –java escript, flash, ftp, Rss–, facilita la interactivitat necessària per a la gestió de la web 2.0.

No obstant això, com explica molt clarament Lawrence Lessig (2009), aquests elements digitals, que constitueixen el codi del ciberespai, determinen les regles de joc que permetran o impediran una regulació participativa, democràtica i alliberadora de les relacions dins del ciberespai. Com explica Lessig, juntament amb el codi, altres elements, com ara la llei, el mercat i les normes socials, es converteixen en elements socioculturals de regulació del ciberespai i, en conseqüència, facilitadors de la creació i del desenvolupament de xarxes socials.

Encara que els "voceros" del màrqueting empresarial i mediàtic ens inunden d'informacions al voltant de l'èxit i la implantació de les xarxes socials (MySpace, Facebook, Filckr, Meetic, Ning, Youtube...), contribuint, així, a crear una visió estereotipada d'aquest tipus de recursos socials, la veritat és que també des d'un altre tipus d'ús menys consumista d'Internet hem sentit queixes a l'escassa participació en fòrums, xats o blogs creats des d'iniciatives individuals, associatives, professionals o educatives. I això està passant perquè, al marge dels fenòmens de masses i mediàtics, la implantació i el desenvolupament de les xarxes socials no depén del codi digital, encara que, com hem vist, hi està condicionat. Per entendre la dinàmica de les xarxes socials hem de prestar atenció a factors com la identitat compartida, la confluència de les identitats individuals amb les identitats col·lectives, els projectes i les intencions de creació de cibercomunitats, la participació interna, la capacitat d'expressió lliure i autònoma, la capacitat de generar un discurs col·lectiu, la cooperació i el treball col·laboratiu o la presència en el debat social. És a partir d'ací que podem començar a parlar del ciberespai i les xarxes socials com a instruments d'animació i de desenvolupament social sostenible.



La ciberanimació

La cibereanimació és una dinàmica sociocultural que té el seu entorn d'actuació en el ciberespai; és a dir, els individus i les comunitats es troben en els diversos espais físics i virtuals per tal de crear identitats culturals múltiples i compartides i, mitjançant processos interactius d'intercanvi d'experiències i actituds vitals, d'anàlisi crítica i dialògica de la realitat, i de participació en els processos de debat i de presa de decisió, crear cibercomunitats que siguen capaces de fer-se visibles en el ciberespai, a través del discurs i de la imatge, per tal

prendre part activa del debat social i participar en els processos d'estructuració del teixit social, de cohesió sociocultural i de desenvolupament sostenible.

La ciberanimació se'ns presenta com una dinàmica sociocultural en el ciberespai que aprofita les potencialitats interactives de les tecnologies digitals i la capacitat de comunicació en xarxa per a la creació d'afinitats, identitats múltiples, un discurs col·laboratiu, i també nexes col·laboratius de ciutadania i creació del teixit social.

La ciberanimació és la dinamització de processos socioculturals compartits en xarxa i la generació de projectes culturals i el desenvolupament sostenible de caràcter col·laboratiu, per part d'una sèrie d'agents individuals i col·lectius que es troben, interactuen i s'estructuren en el ciberespai, tot seguint dinàmiques casuals i aprofitant les dinàmiques i les inquietuds socials i culturals per anar creant llaços sòlids de cohesió social i de desenvolupament sostenible.

Des de la perspectiva de les dinàmiques identitàries, la ciberanimació es genera en l'encreuament de les dinàmiques individuals, locals i les identitats de caire globalitzador. És en l'equilibri de les identitats locals amb les globals que la ciberanimació participa del procés de desenvolupament de les identitats múltiples i multiculturals.

Des de la perspectiva de les dinàmiques comunicatives, la ciberanimació es fonamenta en la trobada de les identitats en el ciberespai, la confluència d'interessos, l'intercanvi d'inquietuds i la creació interactiva de representacions col·lectives de la realitat.

La ciberanimació suposa la vivència d'una comunicació interactiva capaç de generar un discurs compartit que supose una anàlisi crítica i dialògica de la realitat i que s'expresse, de forma multimèdia, en les dinàmiques del debat social.

Des de la perspectiva de la participació social, la ciberanimació s'emmarca entre les dinàmiques participatives, basades en l'interés individual i la iniciativa dels propis internautes, una participació lliure, no condicionada, que done lloc a un model cooperatiu de participació. La ciberparticipació es defineix com una participació plena, lliure i alliberada de condicionants socials, i fonamenta noves dinàmiques de poder, de desenvolupament sostenible, de creació de teixit social i de cohesió de models socials més justos i solidaris.

La ciberanimació té una sèrie d'eines a través de les quals desenvolupar els processos de creació de cibercomunitats i la seua presència en el debat social. Aquestes eines conjuguen tècniques i estratègies pròpies de l'animació sociocultural amb estratègies comunicatives pròpies de la comunicació interactiva.

Entre les eines i estratègies de la ciberanimació trobem:

a) La creació d'identitats múltiples compartides

Les identitats compartides són al mateix temps un punt de partida necessari per a posar en funcionament les dinàmiques de la ciberanimació, però al mateix temps la consolidació i l'aprofundiment en aquestes identitats es converteix en el resultat de les dinàmiques encetades. Les identitats són elements indispensables per a la creació de cibercomunitats, però en el ciberespai les identitats es mesclen de tal manera que hem de parlar d'identitats múltiples i interculturals, identitats fruit d'interessos i inquietuds compartides en xarxa que combinen elements de la cultura digital globalitzada amb elements de la cultura local i indígena. En la

mesura que el ciberespai es converteix en un entorn per a compartir identitats, la ciberanimació es presenta com una eina eficaç per a la creació i el desenvolupament de les cibercomunitats.

b) La comunicació interactiva

La comunicació interactiva suposa una comunicació horitzontal, bidireccional i descentralitzada, no dogmàtica i dialògica, on ningú pretén canviar l'altre sinó trobar-se i actuar conjuntament de forma empàtica. Però, tal i com afirma Marco Silva (2005), la interactivitat suposa un plus comunicacional, un plus que va més enllà de l'intercanvi i que passa per l'encontre interpersonal, l'empatia, l'acceptació de l'altre i la trobada de les identitats individuals i col·lectives.

c)La narrativa multimèdia i hipertextual

La narrativa multimèdia i hipertextual és una de les característiques de la comunicació digital i en xarxa, la narrativa digital suposa, com aporta Henry Jenkins (2009), la pràctica de la convergència digital; una convergència que és alguna cosa més que la mera juxtaposició de llenguatges, cosa que suposa una combinació sinèrgica de llenguatges, de manera que la narrativa multimèdia aporte un plus a la comunicació mediàtica. L'hipertext, d'altra banda, suposa una lectura no lineal de la realitat; una lectura que es basa en una percepció del temps diacrònica i en una percepció de l'espai com a "no llocs", uns llocs virtuals als quals cal donar significació a partir de l'encontre i la comunicació interactiva.

d) L'autoria col·lectiva

L'autoria col·lectiva suposa alguna cosa més que crear textos de forma cooperativa, suposa un procés a través del qual les cibercomunitats es fan visibles en el ciberespai, aporten la seua visió de la realitat i creen el seu propi espai en el debat social. L'autoria col·lectiva es presenta com una pràctica de la dialecticitat, suposa una trobada individual i col·lectiva, el diàleg i l'anàlisi crítica de la realitat; suposa un esforç per a crear representacions compartides de la realitat vital, i finalment, suposa un treball col·laboratiu per a la creació de textos multimèdia a través dels quals fer-se presents en el debat social.

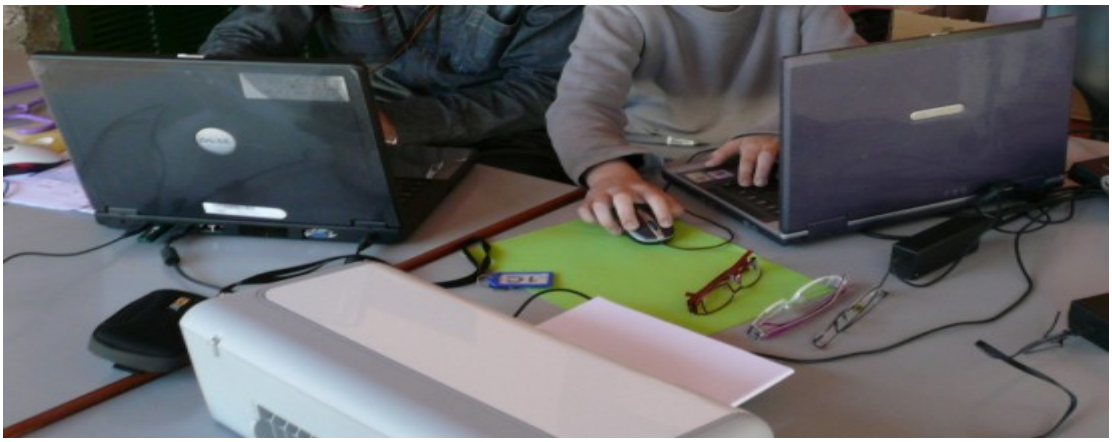
e) La participació en la Xarxa

El ciberespai dóna a les comunitats humanes unes possibilitats il·limitades per a la participació en el debat i la pressa de decisió de les diferents cibercomunitats. Encara que, condicionat pel codi i l'arquitectura, com afirma Lessig (2009), Internet ofereix a les comunitats noves possibilitats per la participació i el govern dels grups socials. E-govern i e-participació suposen oportunitats úniques per una participació al cent per cent dels membres de les cibercomunitats. En tot cas el ciberespai i les seues pràctiques socials ens ofereixen una representació diferent i més democràtica dels processos de participació social; uns processos que passen per un codi obert i no excloent, participatiu i alliberador, i unes pràctiques interactives que permeten i donen llibertat als ciutadans usuaris del ciberespai per a l'expressió lliure, la participació activa i la pressa de decisió en les dinàmiques socioculturals i comunitàries.

f) El treball i els projectes col·laboratius

La pràctica de projectes col·laboratius, de caire solidari i sostenible és la finalitat de la ciberanimació. Projectes que, fruit de la trobada de persones i identitats, de la comunicació interactiva, de la participació en xarxa i de la creació de cibercomunitats, faça presents aquestes dinàmiques en el debat social i en les dinàmiques de solidaritat i de desenvolupament social.

Des del punt de vista metodològic la pràctica de projectes col·laboratius suposa la creació de dinàmiques basades en processos dialèctics, en els quals les persones treballen en cibercomunitat per arribar a objectius comuns en què cada membre aporta la seua visió al procés global de creació de representacions i praxis socials compartides amb les quals donar respostes cooperatives i solidàries a les situacions vivencials significatives, a partir de les quals generar processos d'estructuració social.



Conclusions

En conclusió podem aportar que en una realitat postmoderna dominada per les tecnologies digitals on el ciberespai forma part dels entorns habituals i de les representacions socials de la realitat, l'animació sociocultural i la ciberanimació se'ns presenten com unes pràctiques socials complementàries necessàries per a assolir els processos de cohesió social, la creació de teixit solidari i el desenvolupament sostenible.

En aquest sentit, l'animació sociocultural i la ciberanimació es desmarquen dels conceptes mercantilistes i del consum de l'oci i s'acosten a una pràctica social que tendeix a la creació de xarxes de solidaritat i cibercomunitats que aposten per la sostenibilitat.

És, a partir de la pràctica de la ciberanimació, que l'animació s'interessa per les xarxes socials, en tant que nous usos socials de les dinàmiques comunicatives, identitàries, participatives i de la creació d'un debat social dialògic, crític i solidari.

Bibliografia

Cremades, Javier (2007); Micropoder. La fuerza del ciudadano en la era digital; Espasa; Madrid
Jenkins, Henry (2009); Fans, blogueros y videojuegos; Paidós; Barcelona
Leff, Enrique (2002); Saber Ambiental; Siglo XXI; Buenos Aires
Lessing, Lawrence (2009); El código 2.0; Traficantes de sueños; Madrid.
Levi, Pierre; (2004); Ciberdemocracia; UOC; Barcelona
Silva, Marco (2005); Educación interactiva; Gedisa; Barcelona
Viché, Mario (2007); La animación cibercultural; Certeza; Zaragoza
Viché, Mario (2008); La animación sociocultural; apuntes para la formación de animadoras y animadores socioculturales; Certeza; Zaragoza

ISSN 1988-6748

Revista ANIMACIÓ núm. 24

TIC's de l'animació: creativitat i innovació

TIC, comunicación interpersonal y animación juvenil

Ángel Roldán Martínez
Javier Olmo Alario
Professors de l'Escola d'Animadors ETELL i experts en TIC

"El 40% de los adolescentes no podría prescindir del ordenador con Internet". Éste es el titular de una noticia que aparecía en la agencia EFE el pasado doce de mayo de 2009. En la misma se afirma que "*los adolescentes tienen dos grandes amores: el ordenador y el móvil […], aunque se quejan de las dificultades para compartir contenidos o ver vídeos*". Añade también que "*el 30% considera imprescindible el móvil, porcentaje que aumenta hasta el 40% en el caso de las chicas*".

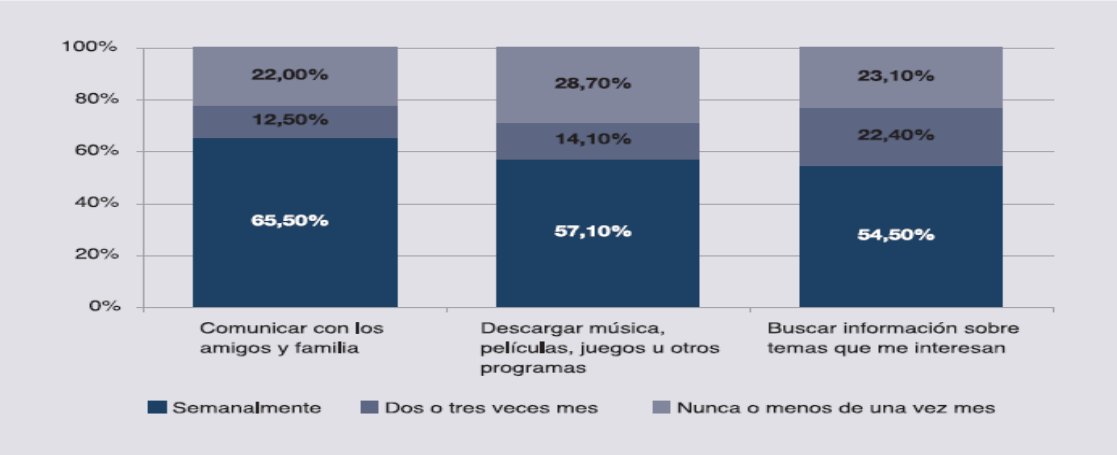


Estas cifras constatan la importancia la importancia de las TIC en los adolescentes de hoy en día (los conocidos "nativos digitales") y de las posibilidades que tienen para la animación y la educación en el tiempo libre; ya que es en este espacio donde pasan más tiempo conectados a Internet (una media de 2,5 horas al día y unas 6 horas semanales en redes sociales). Y es en este punto donde vamos a centrar este artículo: las redes sociales y su "buen" uso.

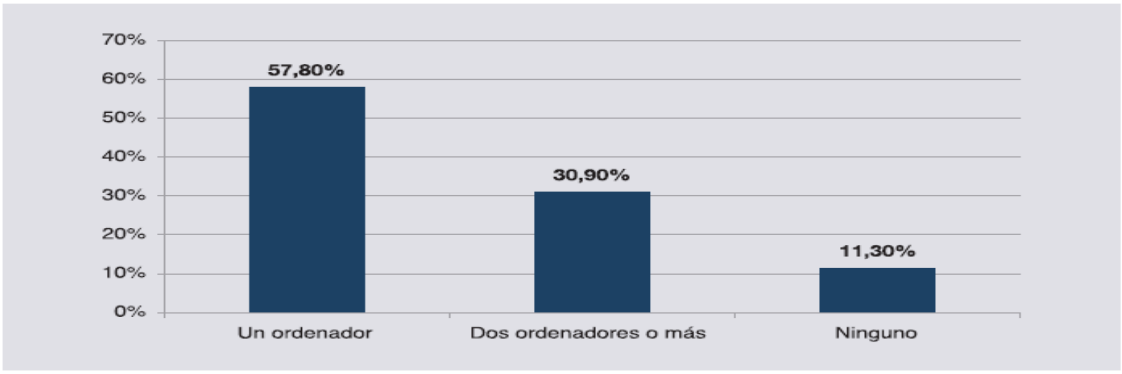
ISSN 1988-6748

Uso de Internet

Según el informe de investigación "La integración de Internet en la educación escolar española: situación actual y perspectivas de futuro" presentado por la fundación Telefónica, las motivaciones que impulsan a los adolescentes al uso de Internet son de diferente naturaleza. Como se puede observar en la siguiente gráfica, un 54'5% de adolescentes utiliza Internet para buscar información, un 57,1% para descargar música, películas, juegos u otros programas, y un 65,5% para comunicarse con los amigos y familia.



El informe también destaca los recursos TIC que hay en los hogares de los adolescentes, es decir, la forma en que se produce el acceso a Internet. Cabe destacar que el 88,7% de niños y adolescentes dispone, como mínimo, de un ordenador en su casa. Dentro de este porcentaje un 30,9% cuenta con dos o más ordenadores. Sin embargo, un 11,3% de estos alumnos no tiene ordenador en casa.



En la forma de conectarse también influye el tipo de conexión (un 60,6% posee conexión de alta velocidad) y, sobre todo, el lugar donde se conectan: un 41,4% lo hace desde la propia habitación y, tan solo, uno de cada cinco lo hace desde un lugar común a toda la familia.

ISSN 1988-6748

Herramientas de comunicación

Es importante dar un pequeño repaso a las distintas herramientas de comunicación que existen en Internet y de cómo son vista por nuestros “nativos digitales”.

El informe “La adolescencia, sus vulnerabilidades y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación”, presentado por la fundación Vodafone, destaca que, mientras que el correo electrónico está más vinculado con el mundo adulto (sin ser despreciado el adolescente), niños y adolescentes se decantan por el **Messenger** como principal medio de comunicación para consolidar relaciones con amigos y conocidos. Este medio es más utilizado para consolidar amistades que para crear nuevas relaciones. Lo común es mantener conversaciones simultáneas casi a diario.

¿Sustituye el Messenger al mundo real? No parece ser así, puesto que las encuestas señalan que el 53% prefiere verse cara a cara; el 16% opta por la mensajería; el 11%, por el móvil, y el 8%, por el teléfono fijo.

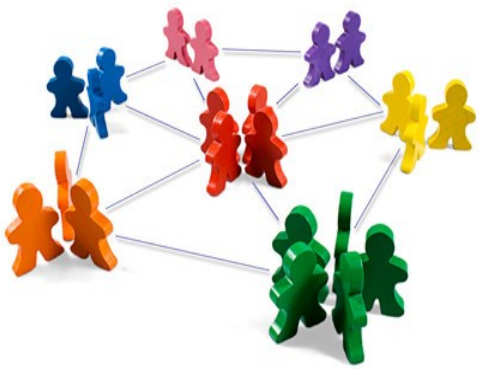
¿Ve el adolescente el Messenger como pernicioso? Más bien sería lo contrario, ya que el 62% considera que le permite estar conectado continuamente y al 41% que le hace sentirse libre.

En cuanto a los **chats**, parece que la tendencia camina a reducir su uso, ya que se estima que menos de un 19% chatea varias veces al día y menos de un 10% lo usa a diario.

El informe destaca que el 26% de los internautas adolescentes varones se mete en **foros de discusión** en varias ocasiones durante el mismo día, “a diario o casi a diario accede el 12% de los chicos y el 10% de las chicas”.

Los **blogs** son otro de estos fenómenos comunicativos; sin embargo, su explosión es inusitada. El “blogero” es fundamentalmente adolescente, desde luego en España, tanto en el rol de creador como de receptor; asimismo, “los adolescentes son más constantes que los adultos en la actualización del blog, y las mujeres más que los varones”, constata el informe.

En último lugar aparecen las redes sociales como la última tecnología en ser adoptada por los adolescentes. Su potencial de crecimiento parece extraordinario. Las últimas encuestas en Estados Unidos concluyen que más de la mitad de sus adolescentes son usuarios de ellas, sobre todo de MySpace (el 85%). En estas redes, más que entrar en contacto con otras personas –a pesar de que también se inician relaciones a través de las mismas–, el adolescente hace mero acto de presencia y refuerza su relación con los amigos, ya establecida en el mundo real.



ISSN 1988-6748

Riesgos de Internet

Empezamos esta sección con el titular de una noticia que apareció en *Expansión* a principios del mes de octubre: "**El 40% de los padres no sabe que sus hijos son usuarios de redes sociales**". Esto pone de manifiesto la diferencia tecnológica existente entre padres e hijos, y la falta de supervisión de las páginas visitadas por los adolescentes; por lo tanto, superar esta brecha puede ser un reto a superar dentro del tiempo libre.
Según información recogida de varias fuentes, los riesgos de la Red ante la adolescencia se sitúan en dos categorías: la *desatención* a otras ocupaciones, a menudo más importantes, y lo relativo al *manejo de la información privada* que queda alojada en la Red.

Navegar conlleva su tiempo. A pesar de eso, dos tercios de los adolescentes dicen que de lo único que les quita tiempo es de no hacer nada o de ver la televisión. Sin embargo, las encuestas realizadas demuestran que, a más de un tercio de la población, Internet le resta horas de estudio y de lectura; a un 20% le quita tiempo de pasear o de estar con los amigos o la pareja; un 25% admite que por culpa de la pantalla no duerme las horas debidas, y el resto afirma que practican menos deporte a cambio de más horas de Internet.

El otro tipo de peligro es el mal uso que puede hacer un desaprensivo de los datos que se dejan en los perfiles de las redes o chats, en ocasiones de modo inadvertido o despreocupado. La variedad de posibles usos perversos es enorme, pudiéndose, en el mejor de los casos, llegar a controlar "la vida privada virtual" de una persona.

Por ejemplo, en Estados Unidos, un tercio de los encuestados reconoce haber hablado con un desconocido a través de la Web y un 20% afirma que le han propuesto citas, de las cuales más del 40% han sido propuestas explícitamente sexuales. Un 25% dice haber hablado de estos temas con un desconocido, y un 12% se ha topado en alguna circunstancia con un adulto que se ha hecho pasar por alguien de su edad.

El potencial y variedad de peligro es alto y, a pesar de que los casos conocidos no son excesivos –sin que ello signifique que carezcan de importancia–, para el mundo virtual sigue totalmente válido aquel consejo paterno de "no hablar con desconocidos".

Nuestra tarea educadora en el tiempo libre no es sencilla, pero podemos enseñar a hacer un buen uso de estas tecnologías a niños y adolescentes, y, por qué no, también a sus padres, para que aprendan a sacar el máximo partido de este sistema de comunicación tan poderoso que es Internet. Tenemos en nuestras manos la oportunidad de educar en el tiempo libre a través de las nuevas tecnologías, ¿vamos a dejar de aprovecharla?

Web 2.0

Cuando hablamos de la **Web 2.0** no hablamos de una tecnología en concreto sino de una suma de varios elementos que confluyen:

- La *mejora de la tecnología física y de comunicaciones* sobre la que Internet se asienta. Tanto en velocidad de acceso de la "última milla" como en capacidad de procesamiento de servidores y conectividad entre centros de datos y puntos neutros de red.

ISSN 1988-6748

- La existencia de *software de fuentes abiertas y liberalización* de otro anteriormente propietario, necesarios para establecer el *background invisible sobre el que se asientan las páginas, servicios y aplicaciones web*. Y la mejora en los lenguajes programación, software servidor y bases de datos sobre los que se sustenta Internet.
- *La cualificación de los usuarios* para los que ya Internet no es una novedad y para los que tener un Internet unidireccional en el que sólo se lee, es insuficiente.

La Web 2.0 permite que *cualquier usuario* sin ser un técnico informático, de forma sencilla *pueda publicar lo que desee en la red* (texto, presentaciones, fotos, vídeos…) y, por tanto, pueda expresarse libremente aportando su visión del mundo y los temas que le interesan.

Antes sólo podían publicar en Internet expertos en el tema, conjugando coste económico y capacidades técnicas. Ahora, puede hacerlo cualquiera.

El término Web 2.0 fue acuñado por Tim O'Reilly en 2004 para referirse a una *segunda generación en la historia del desarrollo de tecnología web* basada en c*omunidades de usuarios* y una gama especial de servicios: redes sociales, blogs, *wikis*… que fomentan la colaboración y el intercambio de información entre los usuarios de una red social de una manera sencilla y rápida.

La Web 2.0 también recibe el nombre de **web social** por el enfoque colaborativo y de construcción social de esta herramienta.

La *Wikipedia* es un claro ejemplo de web 2.0. Es una *enciclopedia de saber universal* basada en sistemas de Internet (estilo wiki) *creada de manera colaborativa por miles de personas* (usuarios) que aportan sus conocimientos al resto. Se basa en el conocimiento colectivo, en la idea de que "todos somos expertos en algo, y entre todos sabemos más que uno solo".



Los sitios web 2.0 actúan más como *puntos de encuentro* o *webs que dependen de los usuarios que como webs tradicionales*. Son espacios (generalmente gratuitos o a precios bajos) que permiten publicar contenidos de cualquier tipo. La ventaja está en permitir publicar contenidos y participar en los mismos: comentándolos, debatiendo, votando…
La Web 2.0 consiste en un *cambio de la filosofía* de uso de Internet, tanto por parte de quienes la crean como de quienes la usan, es un modo de comunicarse, de "conversar".

ISSN 1988-6748

Revista ANIMACIÓ núm. 24

TIC's de l'animació: creativitat i innovació

Redes sociales

Las redes sociales no son algo nuevo. Desde los tiempos de la prehistoria hasta la actualidad las personas se han organizado en *torno a grupos* y *comunidades*.

Los primeros grupos que se organizaron en la historia tenían un carácter funcional: cazar, recolectar alimentos… Durante las distintas fases de la historia se fueron organizando grupos por intereses comunes, basados en el estatus social y en la procedencia, pueblo llano, nobleza, aristocracia. Actualmente, se organizan grupos en torno a diferentes actividades o aficiones: arte, música, pintura, pesca, coleccionismo, senderismo, deporte…

Internet es un nuevo medio de comunicación cada vez más usado por la sociedad, como en su día lo fue el teléfono. Cuando nuevas tecnologías llegan a la sociedad, los primeros en acogerlas y usarlas son los niños, adolescentes y jóvenes.

Con el paso del tiempo y los años, los niños crecen usando esa tecnología que deja de ser nueva y se convierten en usuarios que la controlan. Para algunas generaciones, el lápiz fue una nueva tecnología; para otras, la lavadora, la televisión, el video, los ordenadores…

Internet es una tecnología de uso diario para muchas personas en su trabajo y en su vida personal. Para algunas es algo nuevo"; para otras, es algo habitual, sin lo cual no llegarían a entender su forma de actuar y relacionarse. Son los llamados "*nativos digitales*", para quienes el uso de cámaras digitales, ordenadores e Internet no supone un reto o esfuerzo de aprendizaje, sino que es parte de las herramientas que han usado a diario.

Con la evolución de Internet y la aparición de la Web 2.0 ha sido posible crear páginas y aplicaciones web más elaboradas, que permiten la *participación*, y en las que, las personas (como antaño en otros lugares) se reúnen y organizan en torno a grupos y comunidades por diversos motivos e intereses comunes.

Las redes sociales son el reflejo digital en Internet de las plazas, parques, mercados, terrazas o bares… de distintas épocas históricas.

En Internet, formas y lugares de comunicación los ha habido siempre, pero la forma de acceder o del uso de las mismas suponía en algunas ocasiones una barrera de entrada.

Las redes sociales se basan en la expresión más sencilla de usar de Internet. Las páginas web tienen una gran facilidad de uso, no necesitan de un aprendizaje del medio donde están insertas, sólo saber hacer uso de sus funciones una vez hemos accedido y nos hemos inscrito.

Por tanto, las **redes sociales** para los usuarios de Internet (sean inmigrantes o nativos digitales) son un lugar de encuentro y un espacio de *participación* para *socializarse* y *establecer relaciones*.

Es en el tiempo libre donde, sobre todo niños y adolescentes, dan más uso a estas redes sociales. Nuestra tarea, como educadores en el tiempo libre, es acompañarlos, guiarlos y apoyarlos en el acceso a este "nuevo mundo", orientándolos sobre lo que está bien y lo que no.

ISSN 1988-6748

Tipos de redes sociales

Las redes sociales se podrían clasificar de muchas formas distintas; pero, en general, se suele diferenciar entre redes sociales de ocio y redes sociales profesionales:

- Las *redes sociales profesionales* son las destinadas a su uso desde el entorno laboral o profesional. El perfil recoge tu currículum y experiencia laboral, premios y menciones, lugar en el que trabajas, puesto y funciones. Se suele utilizar para conocer a gente interesada en los mismos temas o establecer relaciones con otros profesionales de tu sector, posibles colaboradores, clientes, proveedores…
- Las *redes sociales de ocio* son más generalistas. Los perfiles recogen datos más generales de las personas y sus intereses, aficiones… Se suelen usar para tener contacto por Internet con amigos conocidos, conectar con amigos de tus amigos, encontrar a antiguos compañeros del barrio, del colegio y universidad, o conocer gente nueva con tus mismos intereses o aficiones.

Existen además *redes sociales específicas* para ciertos usos, tipos de personas, perfiles laborales, sociales o personales… Cuando estas redes sociales dejan de tener una finalidad o público de uso general, se suele llamar comunidad. Por tanto, una **comunidad** es un grupo de personas (usuarios) que se agrupan en torno a un tema, interés, perfil social…

Dentro de las redes sociales de ocio, se suelen permitir grupos, por lo que son más conocidas y tienen más usuarios que las profesionales.

Por ejemplo, un grupo dedicado a educación y animación en el tiempo libre, en una red social de ocio, podría ser Facebook y generar una comunidad.



ISSN 1988-6748

Revista ANIMACIÓ núm. 24

TIC's de l'animació: creativitat i innovació

Las redes de ocio generalistas más utilizadas son Facebook y Tuenti

Las redes sociales de ocio más utilizadas en España son dos, **Facebook** y **Tuenti**.

Facebook tiene más de 250 millones de usuarios en todo el mundo. Si fuera un país, estaría entre los 6 más poblados del mundo. En España, los usuarios se cuentan también por millones: hasta 6 millones, aproximadamente 4,5 como activos.

Tuenti es una red social española con aproximadamente 5,6 millones de usuarios. En su inicio se enfocó a estudiantes universitarios, por lo que ya se ha quedado con esa “etiqueta” de red social para adolescentes y jóvenes (a pesar de no ser los únicos en utilizarla). Se decía que el nombre de Tuenti viene de españolizar al veinteañero en inglés (twenti), idea que no es cierta, pues la red social desveló, hace tiempo, que el nombre de Tuenti viene de “Tu Entidad”, ya que lo que pretendían al crearla era crear un espacio propio en la red.

Privacidad en las redes sociales

Es cierto que se habla mucho sobre la privacidad y los problemas de seguridad en Internet y las redes sociales; pero, aunque un perfil social puede falsificarse, cada vez es más difícil conseguirlo.



Ante todo hemos de tener en cuenta que lo fundamental es el sentido común. Como educadores en el tiempo libre, debemos educar a niños y jóvenes en la precaución en el uso de Internet y las redes sociales; pero no desde el alarmismo, sino desde una postura responsable y coherente.

Como formadores, elegimos el término educar y no restringir, bloquear o prohibir. Es el mismo uso responsable que hacemos de la televisión (tiempo y contenidos) el que debemos hacer de Internet.

Debemos tener en cuenta que los niños y adolescentes de hoy en día están más cualificados tecnológicamente que nosotros, lo que les hace más competentes en este campo.

ISSN 1988-6748

Existen numerosas webs dedicadas al tema de las precauciones en el uso de Internet y decálogos sobre las redes sociales. Una de las más adecuadas que recomendamos (tanto para animadores como para los propios jóvenes) es Chavales (http://chaval.es), y MyFamilyPedia (http://www.myfamilypedia.org/), para los adultos.

Existen, también, comunidades y redes sociales específicas enfocadas a niños, adolescentes y jóvenes, como Club Penguin o Bombang.



Uso de las redes sociales

Lo primero que hacemos al inscribirnos en una red social es proporcionar nuestros datos personales para *crear nuestro perfil* y nuestros correos o libreta de direcciones para *encontrar* a nuestros amigos que ya están en la red social.

La mayoría de las redes sociales funcionan por *referidos*. Una vez que soy amigo de alguien, puedo acceder a ver los perfiles de sus conocidos, donde puede que encuentre algunos amigos míos o conozca nuevas personas.

Para ser amigo de alguien he de solicitarlo y esta persona debe aceptarme. Es en ese momento (cuando lo aceptamos), cuando le permitimos que vea nuestros contenidos.

Este comportamiento estándar habitualmente se puede **modificar en las opciones de privacidad,** pudiendo hacer que todo el mundo vea nuestro perfil, que sólo lo vean los amigos, los participantes de los grupos en los que estoy…

Por tanto, para tener la red de acuerdo a nuestros gustos y necesidades, lo primero que debemos hacer una vez dados de alta en una red social y terminado nuestro perfil son dos cosas:

- *Ir a las opciones de privacidad*. La red tendrá una configuración de privacidad que podremos modificar y hacer más abierta o cerrada, dependiendo de nuestras preferencias.

ISSN 1988-6748

- *Ir a las opciones de notificación*, donde podemos configurar los avisos que la red social nos enviará a nuestro correo en determinadas situaciones, para evitar que la actividad de la red social llene nuestro correo.

En todas las redes sociales el centro de actividad es tu propio perfil, que suele tener un muro o hilo público, espacio para fotos y vídeos, mensajería interna con nuestros amigos, algunas veces un chat… Pero, tanto en Facebook como en Tuenti, tenemos otras opciones, tipos de páginas y contenidos que debemos conocer: grupos, eventos, páginas, aplicaciones… en los que podemos participar.

En su día, el teléfono, el fax y después el móvil fueron las novedades tecnológicas más utilizadas para comunicarse. Actualmente, y sobre todo entre la población joven, Internet y las redes sociales son el *medio de comunicación más utilizado* al volver de clase. Usan los eventos para quedar, unirse a los grupos, conectar con amigos de sus amigos, conocer personas…

En definitiva, usan las redes sociales para *estar conectados* y *organizar su mundo*. Es un medio de comunicación útil que forma parte de su *lenguaje* en el día a día.

Innegable parece entonces que si queremos conectar con estos niños, adolescentes y jóvenes tenemos que usar los mismos canales de comunicación que ellos utilizan y en lo posible, su lenguaje.

Si se pasan horas conectados en la red social, relacionándose, y organizan su semana y calendario, ¿por qué no colocar la reunión o actividad semanal del grupo juvenil entre esos eventos?

Crear un grupo en la red social de nuestro grupo joven, crear eventos en las actividades importantes para que no se les olviden, incluso crear una página explicando quiénes somos y qué hacemos…, no sólo nos permitirá estar presentes de cara a las personas que forman parte de nuestra entidad, sino también anunciarnos y estar presentes ante todos los usuarios de la Red. Y si además creamos nuestra propia comunidad virtual, como un espacio añadido y complementario a nuestras actividades, estaremos mucho más cerca de ellos.

Crear comunidades en Internet

Existe un *software* específico para crear redes sociales y comunidades, pero por su necesaria especialización técnica no vamos a entrar en detalle.

Lo que sí que está a nuestro alcance es que dentro de todo el universo de aplicaciones y servicios de la Web 2.0, y sus cientos de servicios, también hay sitios donde podernos crear una comunidad sobre el tema que nos interese, de una forma fácil y bastante intuitiva sin necesidad de conocimientos técnicos. Podemos crear nuestras propias comunidades con todas las características y funcionalidades de una red social en sitios web como ning, socialgo y meetup.

Y podemos encontrarnos con ellos, fomentar el uso de las comunidades y de las redes sociales, crear perfiles y roles de nuestras asociaciones, ayudarles a hacer un buen uso de las

nuevas tecnologías, aprender de ellos y con ellos… y sobre todo, podemos disfrutar del tiempo libre compartido, de la riqueza que se desprende del intercambio de información y comunicación, del provechoso espacio del tiempo libre en la animación juvenil.

Tenemos un camino muy largo que recorrer, que cada vez se especializa más…, pero tenemos también la oportunidad de poder compartirlo con ellos, de caminar junto a nuestros chavales. No desaprovechemos esta oportunidad.

Referencias

- Agencia EFE. Artículo "El 40% de los adolescentes no podría prescindir del ordenador con Internet" (12/05/2009).
- Periódico *Expansión y Empleo*. Artículo "El 40% de los padres no sabe que sus hijos son usuarios de redes sociales" (01/10/2009).
- Informe "La adolescencia, sus vulnerabilidades y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación": Víctor Pérez-Díaz, Juan Carlos Rodríguez; Fundación Vodafone España (2009).
- Informe "La integración de Internet en la educación escolar española: situación actual y perspectivas de futuro": Carlos Sigalés, Josep Mª Mominó, Julio Meneses, Antoni Badia. Universitat Oberta de Catalunya, Fundación Telefónica (2008).
- "Adolescencia y TIC": Ángel Jurado. Revista ETIC, nº 54 (abril 2009).
- Informe "La juventud y las redes sociales en Internet": Fundación Pfizer (2009).
- Wikipedia – http://es.wikipedia.org
- Blog de Tu Tecnologo.es - http://blog.tutecnologo.es/ Varios artículos introductorios de la categoría web 2.0

Enlaces de interés

- Jóvenes, TIC y lenguaje
  - *http://www.enriquedans.com/2009/09/la-tecnologia-hace-que-los-ninos-escriban-mejor-no-peor.html*
  - *http://sociedaddelainformacion.telefonica.es/jsp/articulos/detalle.jsp?elem=9235*
- 1er Congreso Internacional sobre Menores en las TIC
  - *http://menoresenlastic.fundacionctic.org/congreso/*
- FIVED'09, I Feria de la Innovación, Videojuegos y Entretenimiento digital.
  - *http://sociedaddelainformacion.telefonica.es/jsp/agenda/detalle.jsp?elem=8927*
- RTVE crea una red social para niños
  - *http://www.elpais.com/articulo/Pantallas/RTVE/crea/red/social/ninos/elpepirtv/20091016elpepirtv_1/Tes*
- Blog entre padres (*http://blogs.educared.net/entrepadres/*); entrada "*La hora de las redes sociales infantiles*"
- Club Penguin y Boombang, dos redes sociales para niños
  - *http://www.parasaber.com/familia/educar-ninos/nuevas-tecnologias/Internet/articulo/educar-nino-redes-sociales-infantiles-seguridad-Internet-club-penguin-boombang/35343/*

ISSN 1988-6748

Revista ANIMACIÓ núm. 24

TIC's de l'animació: creativitat i innovació

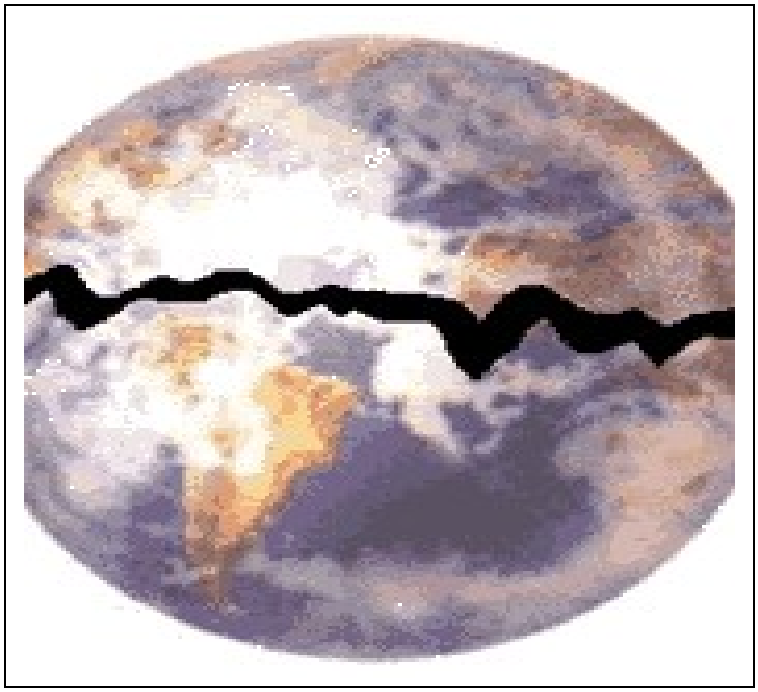
Connectica't

Antoni Navarro Amorós (assessor tecnicopedagògic al CEFIRE de Sagunt)

Jesús Marco Nácher (creador multidisciplinari)

"És un deure dels joves espantar sistemàticament els vells, ni que siga per evitar que s'adormin"

Joan Fuster



Paraules clau

Alfabetització digital, web 2.0, PLE, empowerment, mediació, valor afegit, intel·ligència social, cibervoluntariat, blogosfera, xarxes socials, era de la informació.

ISSN 1988-6748

Revista ANIMACIÓ núm. 24

TIC's de l'animació: creativitat i innovació

Introducció

Quan els organitzadors de les Jornades sobre **"Innovació i creativitat: TIC's de l'animació"** es posaren en contacte amb nosaltres per encarregar-nos un taller sobre les possibilitats de la web 2.0 com a una eina molt útil per a l'animació sociocultural, immediatament pensàrem que calia plantejar-lo des d'una perspectiva de col·laboració entre un creador i un docent que utilitzen les TIC com a suport i que hi desenvolupen tasques de mediació. El punt d'encontre de les dues perspectives que intentarem donar a aquest article és, precisament, la relació entre la forma i el contingut, i com aquesta interrelació és imprescindible en les tasques d'animació sociocultural. Com veurem, és la perspectiva gestàltica la que ens ajudarà, des d'un punt de vista docent, a plantejar unes propostes en què les noves formes de comunicar amb les TIC no ens facen oblidar que en realitat allò important és el fons del nostre missatge ni, des de la perspectiva creativa, ressaltar que en l'expressió artística "*menys sempre és més*". Aquestes eines són imprescindibles per als animadors socioculturals si realment volen arribar a sectors de la societat cada vegada més amplis, tant en les tasques de recerca d'informació (anàlisi de necessitats, tendències, expectatives, etc.), com en les de seguiment de les activitats en realització i en les tasques de generació de *feedbacks*, autocrítica i divulgació dels projectes realitzats.

Volem començar recordant que els tres invents determinants dels comportaments socials del segle XX responen al desig d'ubiqüitat de les persones i són, per aquest ordre d'importància, l'automòbil, el telèfon mòbil i la connexió a Internet. Si definim ubiqüitat com la "*Qualitat de l'ésser que està present, tot ell, simultàniament, a tot arreu"* o com el desig d'omnipresència i el de voler estar al mateix temps en tots els llocs, a banda d'obtenir una definició de l'angoixa vital d'aquest segle trobarem les claus per a entendre els nous camins de la comunicació entre les persones. A més, el món digital està obrint als ciutadans una quantitat tan gran de possibilitats de coneixement, d'informació i de creació que condicionen l'acceleració dels processos de divulgació de les noves idees, i també dels nous usos i costums de vida. La *World Wide Web* esdevé, doncs, una eina imprescindible per a tots els ciutadans i, particularment, per als agents socials, malgrat les dificultats econòmiques (alts preus de connexió a Internet), els entrebancs de les companyies que detecten el monopoli davant dels codis lliures i les xarxes Wi-Fi, els obstacles culturals que han erigit l'anglés com a llengua predominant, i les pors dels ciberhostils per la inseguretat de la Xarxa o la desconfiança davant d'una nova eina de comunicació.

L'escletxa digital com a metàfora del món globalitzat ens recorda que en realitat aquesta escletxa no deixa de ser una separació entre els que tenen accés al món de l'educació i de la cultura, i els que, urgits per les necessitats primàries del menjar i de l'habitatge, no poden accedir a la societat del benestar que permet als ciutadans gaudir de la cultura com un instrument d'empowerment en la construcció d'una vida més completa.

L'escultora colombiana Doris Salcedo, a la Tate de Londres, expressava amb la seua escletxa o "*Shibboleth*" (v. la imatge i l'hipervincle) la separació entre països pobres i rics, i la fragilitat de les estructures d'allò que anomenem la modernitat.

ISSN 1988-6748

Revista ANIMACIÓ núm. 24

TIC's de l'animació: creativitat i innovació



"Shibboleth" Doris Salcedo. Turbine Hall de la Tate Modern, Londres (2007-2008)

Volem exemplificar també amb aquesta imatge l'escletxa digital en el sentit que el coneixement i domini de les TIC ens permetrà un fàcil accés a la informació, als diferents canals de comunicació, a les noves formes d'interactivitat social i el que és més important ens ajudarà a desenvolupar un nou instrument cognitiu que potencie les nostres capacitats mentals i ens permeta, així, la posada en pràctica de noves formes de pensar i de relacionar-nos.

"El arte enseña a mirar: a mirar el arte y a mirar con ojos más atentos el mundo. En los cuadros, en las esculturas, igual que en los libros, uno busca lo que está en ellos y también lo que está más allá, una iluminación acerca de sí mismo, una forma verdadera y pura de conocimiento."

Antonio Muñoz Molina, *Ventanas de Manhattan*.

De l'alfabetització visual a l'alfabetització digital

La famosa sentència de Moholy-Nagy que "*els analfabets del futur serien aquells que desconexien la fotografia*" no ha deixat de ser vigent i gràcies a la fotografia digital i a l'accés a bancs d'imatges infinits, es fa cada vegada més palés, sobretot amb la implantació de tot tipus d'instruments TIC en xarxa per a l'edició, la manipulació (v. Gimp, Photoshop o el Coreldraw), i la divulgació (des del Flickr fins a tota mena de fotologs).

L'alfabetització visual era un dels reptes pedagògics de l'escola i dels moviments socials del segle XX.

· **Shibboleth**:"*A word or phrase used as a test for detecting foreigners, or persons from another district, by their pronunciation*." (OED) (Paraula o frase que s'utilitza com a test per a descobrir estrangers o persones d'altres districtes pel seu accent).

ISSN 1988-6748

Encara recorde els cursos que vam dissenyar com a defensa del consumidor davant de l'allau d'imatges publicitàries que actuava i actua com a adormidora dels ciutadans, tal com va predir Aldous Huxley en *Un món feliç* o com narrava el telefilm *ciberpunk* dels anys '80 Max Headroom. ***(20 minuts en el futur),*** on veiem com el reporter denunciava les tècniques nocives de la publicitat subliminal. Seguint els aprenentatges de Lotman sobre semiòtica de la cultura, el professorat de literatura que enteníem per text artístic tota manifestació organitzada de signes buscàrem en la fotografia, el cinema i la publicitat un aliat per a portar a terme una alfabetització visual necessària per fer dels nostres alumnes uns usuaris de la cultura crítics i amb capacitat de dubtar davant dels dogmes de tota mena. En un primer moment, per despertar el desig en el nostre alumnat envers l'alfabetització visual, utilitzàrem com a 'esquer' les pel·lícules acabades d'estrenar, però a mesura que avançàven els noranta descobrírem que la capacitat del mercat de fagocitar tota nova proposta era tan ràpida que no n'hi havia prou amb identificar els bons films que ens serviren com a referent per a aquest aprenentatge de la imatge; necessitàvem identificar les grans metàfores que, com a *leit motiv*, reapareixen en les obres mestres. Va ser així com arribàrem al llibre ***La llavor immortal*** (*Els arguments universals en el cinema)* de Jordi Balló i Xavier Pérez; un llibre cabdal per a entendre com els grans motius, temes, arguments i personatges de la literatura apareixen i reapareixen una i una altra vegada, cada cop que un nou creador és capaç de donar-los nova vida. Així podíem veure com ***Matrix*** no era altra cosa que la recreació del tema de l'estranger o intrús benefactor que ve de fora per salvar la comunitat, que no és res més que la vida de Jesús o la d'Edip rei?

Ara bé, el vertader repte del segle XXI ja ni tan sols és l'alfabetització digital com hem pensat en la primera dècada d'aquest nou segle sinó que el canvi de paradigma està sent tant gran i els nadius digitals fan evolucionar les coses a una velocitat tan gran que avui en dia hauríem de parlar més aviat d'alfabetització social (sense necessitat d'especificar que es fa, evidentment, amb les TIC, perquè a hores d'ara ningú ja no s'imagina el món d'una altra manera). Però hem de detenir-nos una mica a explicar la importància de l'alfabetització digital, abans de passar a l'alfabetització socialitzadora, perquè són conceptes de més fàcil acceptació en l'actualitat, encara que no es posen tant en pràctica com voldríem. Ens estem referint a l'edició de textos digitals amb recursos multimèdia que els joves ja realitzen sense cap problema tècnic i que molts professors o experts en animació sociocultural encara no sabem com fer.

L'edició multimèdia i les competències bàsiques: alguns elements de les tecnologies de la informació i la comunicació

Un dels objectius bàsics del sistema educatiu expressats en la LOE és que l'alumnat assolisca les competències bàsiques necessàries per a elaborar discursos multimèdia i aprendre a expressar d'una manera apropiada la imatge que vol projectar de si mateix. Així doncs, a la competència lingüística i comunicativa, s'hi afegeixen les competències pròpies dels nous llenguatges, com ara la competència cultural i artística, i la competència digital. Arribats a aquest punt, ens preguntem: com han d'interactuar els animadors socioculturals amb els "nadius digitals" si desconeixen els instruments per a portar a terme aquestes competències? I el que és encara més urgent, com faran per canviar d'actitud aquells animadors socioculturals que encara mostren desconfiança i reticència envers la comunicació en el ciberespai sent que aquesta evoluciona de manera exponencial? No volem esglaiar ningú, però l'atac de vertigen

ISSN 1988-6748

que els pot entrar als "cibehostils" (perdoneu la paraulota) no serà menor del que ja angoixa els autodeclarats "techno faves". Els uns i els altres han de començar a descobrir les tecnologies de la informació i la comunicació, particularment les generades per la web 2.0, i prendre consciència que, més que una freda tecnologia, són una actitud i uns instruments de coneixement i socialització. A continuació comentem algunes tècniques que poden ser-vos de molta utilitat:

L'edició d'imatges. L'ús combinat de la càmera digital, l'escàner, la tableta gràfica i els programes d'edició i de retoc de la imatge han facilitat l'aprenentatge i l'experimentació en un terreny abans reservat als professionals. En l'apartat d'edició cal ressaltar el programa gratuït Gimp, que, a poc a poc, s'ha guanyat un lloc destacat per davant fins i tot de programes de pressupost elevat.

L'edició sonora. Gràcies al fet d'haver guanyat cada vegada més protagonisme en la creació multimèdia, el so i el seu tractament s'han popularitzat de tal manera que, des de la reproducció d'un interminable arxiu sonor fins a la realització d'un podcast o la gravació de música, fins i tot sense necessitat de coneixements especialitzats, són a l'abast de qualsevol.

L'edició de vídeo. Qui no ha gravat un vídeo o no hi ha participat en l'aventura d'emular els cineastes, encara que siga amb un mòbil?... El fenomen YouTube ja forma part de la "memòria col·lectiva", s'ha convertit en el segon cercador, després de Google, i ha posat a l'abast de tothom la possibilitat de narrar amb imatges. Un altre tema seria que als centres educatius s'hauria d'ensenyar el llenguatge de narració amb imatges com es fa als tallers literaris. Per a l'animador sociocultural, saber narrar amb imatges els missatges que vol transmetre serà un valor afegit a tenir en compte. Els que vulgau iniciar-vos en el tractament de la imatge en vídeo teniu, a banda del programes comercialitzats per les grans companyies, d'altres gratuïts com ara http://www.virtualdub.org

L'edició html i l'edició hipertextual. El llenguatge de marques d'hipertext, més conegut com HTML *(HyperText Markup Language)*, continua sent, díhuit anys després de la seua creació, el suport predominant en la realització i presència de pàgines web. No obstant això, s'han incorporat a la Xarxa noves formes de tractar i mostrar la informació que es vol comunicar, i van guanyant terreny. Multitud de llenguatges, com ara Javascript, ASPE, JSP, Python, Ruby, ActionScript, PHP, Perl/CGI, XHTML, XML, etc., han fet la seua aparició per a satisfer les necessitats de noves maneres de concebre i assimilar la comunicació humana en el ciberespai.

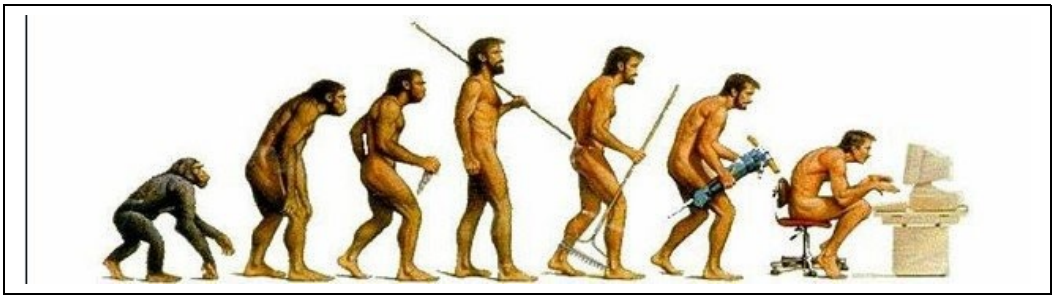
Ben sovint hem sentit en persones d'avançada edat l'expressió: "*A on anirem a parar!*". En una primera aproximació a la situació actual de les tecnologies de la informació no podem evitar recordar els inicis, quan, per instal·lar un programa d'uns pocs Kb, la computadora tardava uns quants minuts mentre emetia una esotèrica musiqueta que encara hui en dia es pot escoltar en enviar o rebre un fax. O que, amb el pressupost que calia per a adquirir una ampliació de memòria RAM de 2 MB, ara es pot aconseguir un ordinador portàtil complet amb una capacitat i potència que amb prou faenes es podria imaginar en aquell temps...

La quantitat de dades, informació, continguts de qualsevol tipus que circulen actualment dins i fora de la Xarxa és d'unes dimensions tals que sobrepassen qualsevol intent de comprensió.

ISSN 1988-6748

No cal posar-se a calcular totes les vides que necessitaria una persona només per a accedir a una xicoteta part d'eixa informació. En canvi, com ocorre amb un idioma, a efectes pràctics, s'acaba utilitzant una molt xicoteta quantitat de vocabulari, de combinacions i aplicacions de les possibilitats disponibles. Resulta en tot cas paradoxal el resultat de tot aquest desplegament mediàtic. La qualitat i profunditat de la majoria de continguts és cada vegada més baixa. Moltes vegades, gran part del temps emprat a utilitzar determinats mitjans de comunicació es converteixen en simples comprovacions del sistema: "*—Em sents? —Sí? —No? —Hi ha poca cobertura. —Només tinc una 'ratlleta'! —Se m'acaba la bateria —No se sent. —Em sents? —Espera, vaig a moure'm a veure si pille millor el senyal. —Ui, s'ha tallat! —Hola, s'havia tallat. —Em sents —Sí! —Vaja, una altra vegada s'ha tallat!*".

És vital donar contingut humà, cultural i educatiu a tanta evolució tecnològica. Només comprenent i perdent la por davant dels nous paradigmes, l'animació sociocultural podrà tindre el paper que li correspon i afrontar els reptes d'una societat a la recerca de la felicitat sostenible. El comportament humà ha patit i està patint fortes transformacions que, d'una manera subtil o exageradament visible, condiciona la manera actual de relacionar-se amb els semblants. Juntament amb l'avanç del coneixement i de les seues aplicacions, la salut física i mental de l'anomenat "homo sapiens" afronta nous reptes i també, inevitablement, la comunicació de les seues necessitats, desitjos i sentiments.

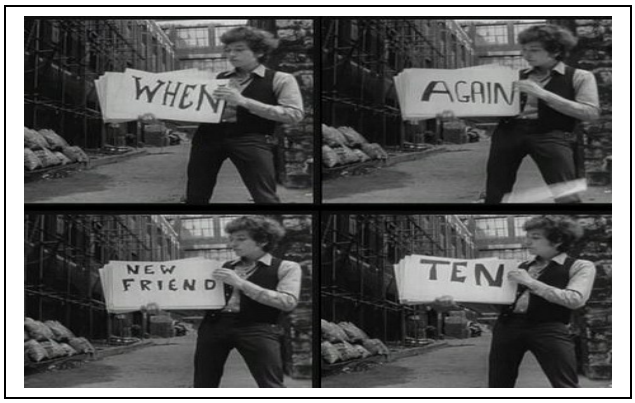


L'alfabetització en xarxes socials

Són molts els autors que han jugat amb les possibilitats polisèmiques de la paraula 'xarxa' en castellà, des dels que afirmen que tot allò que han aprés, ho han aprés "**enredando**", els que s'admiren del seu nou estatus quan accedeixen a la Xarxa i ens conten que estan "***en-red-ando***", fins els més ciberactivistes que descobreixen en les xarxes socials tot un potencial de divulgació ràpida d'idees i van "**enredando**" a tort i a dret. Fora de bromes, volem analitzar les possibilitats cognitives de la web 2.0 o la web col·laborativa amb tota la seua diversitat d'eines: blogs, wikis, microblogs (twitter), slideshare (per compartir PPT en línia), webs per compartir fotografies en línia (picassa, flickr o fotologs), portals per escoltar música en línia, compartida o no (spotify), etc. La urgència de donar a conéixer aquestes eines d'aprenentatge en col·laboració també han donat lloc a una broma per part de l'experta en literatura i món digital **Laura Borràs** qui, des dels seu grup d'investigació Hermeneia, presentava una de les seues conferències amb el subtítol "***Tic-tac, tic-tac, tic-tac***" en la qual plantejava la imperiosa necessitat d'aprendre a usar aquestes eines conegudes a hores d'ara no ja com a **TIC** sinó com a **TAC** o "Tecnologies d'Aprenentatge en Col·laboració".

ISSN 1988-6748

A continuació us posem un vídeo que il·lustra d'una manera reivindicativa com s'estudia actualment i com es podria estudiar si s'aplicaren totes les possibilitats de les tecnologies d'aprenentatge en col·laboració, i el mateix es pot aplicar a l'animació sociocultural respecte de les possibilitats de les xarxes socials. Les humanitats, desafortunadament, som de les poques disciplines que no apliquen de forma immediata les darreres recerques en la nostra matèria. Us imagineu un metge que operara sense anestèsia?... Podeu concebre una companyia de vols de baix cost sense web?... Quan començarem a gestionar els nostres entorns d'aprenentatge?...



http://www.youtube.com/watch?v=dGCJ46vyR9o

Digital Ethnography

A Vision of Students Iodat

Per a poder gestionar la nostra presència en la web i en les xarxes socials –el que es coneix com definir la nostra "identitat digital"–, hem de desenvolupar el nostre PLE (Entorn Personal d'Aprenentatge). El **PLE** seria el conjunt de sistemes que permet als estudiants tenir el control del seus propis processos d'aprenentatge en col·laboració amb altres per mitjà de les xarxes socials, és a dir que se serveixen d'eines TIC per a l'obtenció d'informacions, per a l'emmagatzematge, la producció i la publicació en xarxa de la informació. Aquesta definició general de PLE podria ser completada amb moltes altres que ens parlarien, per exemple, de la importància de diferents veus en la construcció del coneixement, de la rellevància de ser u mateix qui estructure el seu coneixement a partir de les pròpies necessitats o de com la interacció amb els altres permet la construcció del coneixement de forma col·laborativa. Tot plegat, podríem assenyalar tres moments claus per a la implementació d'un PLE.

1. **Recopilar la informació**. Aquestes tasques les anirem mostrant en el nostre blog i en els marcadors socials, com ara *Mister Wong*, on seleccionarem les pàgines que ens han servit d'ajuda. Quan trobem alguna informació digna de ser compartida per un col·lectiu en concret, com ara la relacionada amb l'animació sociocultural (l'animació lectora, per posar un exemple), la comentarem a la xarxa social Ning.
2. **Processar la informació**. Per a organitzar la informació d'una manera eficaç necessitem eines com els WIKI, que ens permetran posar tota la informació al servei del grup per tal que puga ser analitzada i seleccionada (v. el wiki del professorat de teatre en l'educació).

ISSN 1988-6748

3. **Actuar amb l'aprenentatge adquirit**. L'elaboració de PPT que penjarem en SlideShare, de vídeos, o l'edició de textos multimèdia ens demostraran que hem adquirit l'aprenentatge i que el compartim amb les noves eines de socialització en línia: googlesites, facebook, microblogging en twiter, etc.



A continuació us comentem algunes de les xarxes socials que hem posat en acció per donar suport a les recerques en els camps de l'animació lectora, la didàctica de la dramatització, l'aprenentatge de llengües, i per a la divulgació de les TIC. Aquestes xarxes socials en *ning.com* no són genèriques com *facebook,* sinó que estan concebudes per a especialistes en un principi de la docència; però una mirada més atenta us revelarà totes les possibilitats per a la vostra tasca d'animació sociocultural. La paraula clau en el maremàgnum de les xarxes socials que estan canviant els nostres hàbits de vida és la DIFUSIBILITAT, i només els fragments de contingut que puguen difondre's en la Xarxa d'una manera viral sobreviuran. És a dir, allò que perdura en la Xarxa o millor dit allò que sura i surt a la superfície i es dóna a conéixer serà aquella informació susceptible de ser difosa amb facilitat, claredat i rapidesa.

Les quatre línies de treball que hem desenvolupat en les xarxes socials respondrien en el fons a les diferents "**competències bàsiques**" que proposa la LOE (c. en comunicació lingüística, c. social i ciutadana, c. digital, c. cultural i artística, c. d'aprendre a aprendre, c. matemàtica, c. científica, c. en autonomia i iniciativa personal), i ens ajudaran a reflexionar sobre els canvis socials i com ens afecten en el món de l'educació i per extensió en els àmbits de l'animació sociocultural, en tant que educació no formal. Fem referència a aquestes xarxes socials per posar-les com a exemple de mediació per tal de despertar la implicació del professorat i dels usuaris interessats:

- Xarxa sobre competència digital**,** perquè hem d'adquirir la competència digital suficient per poder establir un diàleg amb els joves, que ja són tots "nadius digitals", i perquè considerem la comunicació multimèdia com una eina imprescindible.

ISSN 1988-6748

- Xarxa d'animació lectora, perquè, com s'ha demostrat, les tècniques d'animació lectora són eines de suport per despertar el desig de coneixement en els nostres joves.

- Xarxa social de teatre en l'educació, perquè hem d'aprendre a servir-nos, a l'aula, d'eines comunicatives, creatives i d'interaccions flexibles que ens proporcionen les tècniques dramàtiques per dinamitzar les nostres accions.

- Xarxa social sobre plurilingüisme, perquè, en un món globalitzat, els comunicadors en general hem de saber llengües i aprendre a utilitzar-les en diferents projectes de treball.

Com tothom sap, bona part de les pràctiques de comunicació, informació i oci s'estan traslladant a les xarxes socials. De moment, no sabem cap a on aniran les formes d'interrelació de les xarxes socials però a ningú se li escapa que els joves les utilitzen per a tota mena d'activitats: no es poden considerar un joc, però tothom hi entra per jugar; no es poden considerar –d'entrada– eines d'alfabetització digital, però tothom hi aprén coses; no es podria pensar que serveixen per a resoldre problemes, però s'està verificant la seua eficàcia a l'hora de compartir opinions sobre qualsevol problema que es llance a la Xarxa..., a més d'haver canviat moltes de les consideracions sobre els conceptes d'amistat, de les possibilitats d'estar informat i de la focalització de l'atenció de la Xarxa en l'internauta. I això que només utilitzem, com en el cas del cervell humà, una mínima part de les seues possibilitats.

A continuació us comentem quatre aspectes que la utilització de les xarxes socials estan modelitzant:

a) Les xarxes socials a què ens proporciona accés Internet s'estan convertint en eines de resolució cooperativa de problemes.

b) Les xarxes socials ens permeten gestionar la imatge que volem projectar de la nostra pròpia identitat.

c) Les xarxes socials, en tant que *living social*, ens permeten la reutilització i la divulgació de tota mena d'informació que apareix en la Xarxa i ens faciliten, així, un consum crític de la informació emesa per altres (la facilitat del talla, pega, confecciona, modifica, reedita, etc. està fent que els usuaris siguen cada vegada més crítics i aprenguen a gestionar la informació que volen consumir).

d) Les xarxes socials seran cada vegada més espais per al joc socialitzat des d'on cada usuari podrà gestionar les formes de joc, les persones amb qui jugar i quan jugar.

"El nuevo aprendizaje está orientado hacia el desarrollo de la capacidad que permite transformar la información en conocimiento y el conocimiento en acción".

Manuel Castell

ISSN 1988-6748

Conclusió: nou paradigma social en les societats en xarxa

Algú va dir, en el món de l'escola, que estem ensenyant a xiquets del segle XXI amb metodologies del segle XIX i amb un professorat que encara pertany al segle XX. I, efectivament, nosaltres pensem, com **Freinet,** que*"No podem preparar els alumnes perquè construïsquen demà el món dels seus somnis si nosaltres ja no creiem en aqueixos somnis; no podem preparar-los per a la vida, si nosaltres no hi creiem; no podem mostrar-los el camí si ens hem assegut, cansats i descoratjats en l'encreuament dels camins"*, i la mateix reflexió serveix per a l'animació sociocultural. Com podem plantejar-nos cap mena d'intervenció social sense ser conscients que les eines d'anàlisi i comprensió del món han canviat totalment? I encara més, com podem ignorar que el focus de totes les disciplines del coneixement i de la creació ha canviat, per centrar-se d'una vegada per sempre en els "receptors" seguint els principis pedagògics que resumeix la frase de Confuci: "***Sento, i oblido. Veig, i recordo. Faig, i entenc***".

Arribats a aquest punt, descobrim com els mons de l'educació, la creació artística i l'animació sociocultural conflueixen i es reparteixen la responsabilitat, a parts alíquotes, de la creació de noves formes de benestar social que impliquen un accés al món de la cultura d'un major nombre de persones. En l'educació, fent real el principi del "*Learning by doing*", en què els aprenents siguen els vertaders protagonistes del seu aprenentatge; en el camp de la creació, amb la invenció de tota mena d'interactivitat (la wii seria una icona més d'aquesta idea), i en el camp de l'animació sociocultural, amb la propagació del concepte "*Life long learning*", que ens portarà a buscar bones pràctiques en educació no formal que contribuïsquen a despertar el desig dels ciutadans de voler estar sempre aprenent. La dimensió de programadors socioculturals que poden tenir mestres, creadors i animadors farà que identifiquen les millors pràctiques educatives, creatives i socioculturals per a posar-les a disposició dels destinataris concrets que haurien d'esdevenir els vertaders protagonistes de tota programació cultural.



"Cibervoluntariat: blogfessors en tàndem de Novadors"

Ara bé, per portar a terme aquest programa transversal i interdisciplinar de divulgació de la cultura hem de dominar una sèrie d'eines relacionades amb el PLE, com hem vist abans, i

ISSN 1988-6748

relacionades amb un concepte que cada vegada serà més estés i que és intrínsec a molts dels projectes del ciberespai; ens referim al "cibervoluntariat". La democratització d'Internet i la divulgació d'eines d'edició i publicació en línia han fet que apareguen cada vegada més persones disposades a compartir els coneixements adquirits en xarxa. Els cibervoluntaris serien una espècie de **mediadors digitals** disposats a ajudar l'altri a adquirir la competència digital necessària per a poder desplegar projectes col·laboratius amb altres persones amb l'ús de les TIC i els multimèdia. Per la nostra banda, i per a desenvolupar aquesta tasca de mediadors tutoritzarem totes aquelles persones que ens ho demanem sense jutjar els seus nivells de coneixements tecnològics, i intentarem transformar les seues pors –bé per ciberhostilitat bé per reconéixer-se obertament "techno faves"– en un canvi d'actitud. Haurem de partir dels coneixements previs reals dels usuaris per anar desenvolupant destreses i competències bàsiques que responguen als interessos concrets dels tutoritzats.

És a partir d'un desig real de l'usuari com despertarem l'interés de voler fer l'esforç per salvar la barrera que suposen tots els inicis (i nosaltres els blogfessors sabem de què parlem i totes les vesprades que hem invertit aprenent qualsevol eina que després algun company ens ensenya en pocs minuts). És amb estratègies d intel·ligència social com contribuirem a explicar que l'exemple del voluntariat és el que fomentarà el concepte d'empatia i alteritat entre els nostres conciutadans. És, per fi, amb la intel·ligència emocional (quina major implicació que el voluntariat) com seduirem els nostres col·legues perquè es vulguen incorporar en projectes col·laboratius. El que serveix per als blogfessors és igualment vàlid per al col·lectiu dels animadors socioculturals, que ja va sent hora que creen unes xarxes de col·laboració on poder compartir estratègies, anàlisis, bones pràctiques, fracassos i èxits. Preneu exemple de la blogosfera educativa dels blogfessors, de l'edusfera dels educadors socials, o de la biblioblogosfera dels biblioblogs.

Cada vegada més s'estén la idea que es pot mesurar el temps actual com una nova era que es coneixerà com "*Before Google*" i "*After Google*". Qui no ha provat a *googlear* el propi nom o a *googlear* els dels companys, amics o nou coneguts? Podeu imaginar o us heu preguntat alguna vegada què fan els usuaris dels serveis que gestioneu en tant que animadors socioculturals? I encara més, voldríem preguntar-vos, a vosaltres lectors interessats per temes d'animació sociocultural, en quina era penseu que viviu? Creieu que ha arribat el moment de posar-vos a estudiar les possibilitats comunicatives de les xarxes socials per portar a terme el vostre treball d'una manera més eficient? Si és així, no perdau de vista les publicacions de Manuel Catells, aquest sociòleg expert en l'era de la informació que ens recorda que *"Internet es el corazón de un nuevo paradigma sociotécnico que constituye en realidad la base material de nuestras vidas y de nuestras formas de relación, de trabajo y de comunicación. Lo que hace Internet es procesar la virtualidad y transformarla en nuestra realidad, constituyendo la sociedad red, que es la sociedad en que vivimos."* Si és així, seguim les indicacions de **Joan Ferrés** en *Educar en la cultura de l'espectacle* per descobrir la dimensió humana de les TIC i desenvolupem una pedagogia del desig que ens encamine cap al descobriment de tota mena d'agafadors (com ara l'humor, la capacitat de síntesi, l'*storytelling*, les metàfores, la força de les imatges, etc.) que ens ajuden a fer de la cultura i de l'educació vertaders motors per a l'assoliment de la justícia social.

ISSN 1988-6748

Revista ANIMACIÓ núm. 24

TIC's de l'animació: creativitat i innovació

Autors

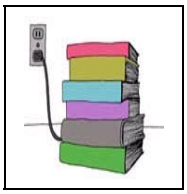
Antoni Navarro Amorós (assessor tecnicopedagògic de l'Àmbit Lingüístic al CEFIRE de Sagunt-València)

http://ambitlinguistic.blogspot.com

Jesús Marco Nácher (creador multidisciplinari)

http://loscoloresdelavoz.com

Webgrafia



- http://www.manuelcastells.info/es/
- http://www.ecuaderno.com/jose-luis-orihuela/
- http://www.hermeneia.net/cat
- http://edusosfera.googlepages.com
- http://www.documentalistaenredado.net/biblioblogosfera/
- http://www.lmi.ub.es/ante/autores/ferres.html
- http://www.novadors.org

ISSN 1988-6748

Revista ANIMACIÓ núm. 24

TIC's de l'animació: creativitat i innovació

JOCS CREATIUS. Jocs de tot el món que sols utilitzen la tecnologia de la creativitat

Joan Ortí Ferreres (professor Universitat Jaume I, joanorti@jocs.org)

Aspiramos a un mundo en donde cada día se juegue más. Un mundo, en el cual los individuos usen su creatividad para jugar y en el que jugando sean más creativos. Sociedades con espacios y tiempos especialmente diseñados para la recreación y el juego. Niños, jóvenes y adultos, acostumbrados a decidir a "qué jugar" sin depender del "con qué jugar".

Mauro Rodríguez

Què són els jocs creatius?

Els jocs creatius són aquells jocs que permeten el desenvolupament de la creativitat, entesa com la facultat de crear o la capacitat de creació.

És convenient estimular el creixement mental dels nens; és a dir, desenvolupar la creativitat, ja que oferirà noves possibilitats i oportunitats per a provar idees, buscar solucions... És, per aquest fet, que al llarg dels anys s'han considerat, principalment, dues tipologies de jocs creatius:

1. Aquells en què els participants pensen i reflexionen sobre algun plantejament lúdic per tal de resoldre el problema plantejat com, per exemple, el joc de *la urgència a l'hospital*. En aquest es planteja l'enigma següent: Un jove ferit molt greu en un accident de motocicleta arriba a les urgències d'un hospital. El metge de guàrdia que l'atent estableix que s'ha de fer una operació quirúrgica d'urgència al cervell. Així, sol·licita la presència de forma immediata d'un metge especialista. L'especialista, quan veu a l'accidentat, exclama: "No puc operar aquest jove! És el meu fill!". Així és, sols que el cirurgià no és el pare del jove. Així doncs, com s'explica aquesta contradicció?[1].

[1] La resposta a aquest enigma és que el cirurgià és la mare del jove.

ISSN 1988-6748

Per tant, aquest tipus de jocs busquen estimular la creativitat perquè obliguen els participants a buscar la resposta als problemes plantejats tractant de trobar una solució constructiva i real que pugui solucionar l'enigma.

Dintre d'aquesta tipologia de jocs creatius també trobem algunes dinàmiques de grup que tenen una finalitat molt semblant.

2. Aquells en què els participants han de crear algun element material (pintura, plastilina, fang...) o aquells en què a partir d'uns materials es combinen per tal de crear algun altre element. Per exemple, els jocs que utilitzen blocs de fusta. Els nens els utilitzen i desenvolupen les seves pròpies construccions en funció dels seus interessos i motivacions. Aquesta tipologia, en moltes ocasions, s'incorpora dintre de les manifestacions simbòliques perquè el participant construeix allò que ell imagina i, a més a més, ho construeix de la forma que imagina. Per tant, extreu la seva creativitat i la manifesta en algun material.

En els dos casos, les manifestacions lúdiques de caràcter creatiu no comporten cap tipus de moviment i són considerades jocs de caràcter estàtic o passius, pel que fa al moviment. Per tant, s'han considerat jocs creatius des del món de la pedagogia, la psicologia... aquells que impliquen els aspectes cognoscitius fonamentalment.

Dintre de les ciències del moviment es considera que el moviment corporal també pot presentar un alt potencial creatiu. De fet, la dualitat entre cos-ment, típica de la filosofia occidental influïda pels filòsofs grecs i posteriors postulats cristians on l'únic que importava era l'esperit i el cos era rebutjat, cada vegada té una menor importància dintre la nostra societat i existeix la tendència a la unitat entre cos i ment; per tant, apareix el joc motriu com un element que pot estimular la creativitat dels participants, encara que no s'han considerats jocs creatius perquè la fonamentació teòrica sempre s'ha fonamentat en situacions estàtiques i jocs passius. El joc motriu, per tant, pot provocar el desenvolupament cognoscitiu i motriu, fet que possibilita la creativitat en el moviment. Un exemple són alguns dels jocs que conformen el món de l'expressió corporal. A partir d'una paraula, un gest, un so... s'hi han de crear, transformar, improvisar situacions per tal de ser representades i que siguin capaces de transmetre sentiments, emocions i vivències als observadors. També formaria part dels jocs creatius atenent a la definició del verb **crear** adoptada per la Real Academia Española de la Lengua. Així, la RAE defineix el verb 'crear' com *establir, fundar, introduir per primera vegada alguna cosa; fer-la nàixer o donar-li vida en sentit figurat.* Aquests fets es produeixen mitjançant alguns jocs que integren el món de l'expressió corporal.

Els jocs motrius en què els participants, a partir d'unes regles generals, manipulen i construeixen els propis jocs –és a dir, es desenvolupa el joc a partir d'uns supòsits bàsics generals– també podrien ser considerats jocs creatius. Així, el dinamitzador pot plantejar unes regles bàsiques que són transformades i manipulades pels participats per tal d'enriquir aquest joc. De fet, molts jocs tradicionals que practiquen els nens de forma lliure i espontània presenten aquesta característica, ja que són els propis participants els que els adapten a les seves situacions particulars.

Per tant, la nostra creença es fonamenta en el fet que no cal que el joc sigui estàtic per tal que tingui un requeriment cognoscitiu i creatiu. És a dir, el joc motriu també pot implicar aspectes creatius. A més a més, les diferents situacions tàctiques que es donen dintre dels jocs també

permeten estimular la creativitat, ja que els participants han d'adaptar-se constantment a les situacions canviants del medi, processar la informació i donar una resposta (creativa) en funció de les situacions. Aquestes es donen, especialment, en manifestacions lúdiques en situacions d'oposició o col·laboració/oposició.

Com es pot estimular la creativitat en el joc motriu



La creativitat mitjançant el joc potser estimulada introduint:

-Nous materials. La introducció de materials nous i desconeguts per als participants els permet desenvolupar la creativitat, especialment, si el dinamitzador utilitza tècniques de descobriment on els mateixos participants han de donar joc al material. Òbviament, si els dinamitzadors expliquen el funcionament del material, les diferents possibilitats, els jocs que s'hi fan, com s'utilitzen... estan reduint el potencial creatiu del material, ja que condicionen en certa mesura com s'utilitza i es perd el procés d'experimentació dels jugadors. Així, la introducció de nous materials ha d'anar acompanyada de mètodes d'ensenyament-aprenentatge que estimulen els aspectes cognoscitius i, per tant, la creativitat dels participants.

-Nous jocs. Jugar sempre als mateixos jocs fa que no es vagi més enllà de les possibilitats del propi joc, de forma que no s'estimula la creativitat del participant. Els estereotips, les dinàmiques pròpies del joc ja són conegudes i, per tant, presenten una certa limitació de l'estimulació de la creativitat dels participants. La introducció de nous jocs, com ara els jocs d'arreu del món, permet superar aquestes limitacions ja que, molt sovint, presenten aspectes tàctics que han de ser descoberts pels mateixos participants mitjançant la pròpia pràctica motriu i, per tant, els desenvolupen els aspectes cognoscitius i la creativitat. En moltes ocasions, la comprensió tàctica i estratègica del joc no es desenvolupa fins a haver-hi jugat unes quantes vegades. Així, els participants, una vegada dominen les regles, tracten de buscar la seva limitació i aprofitar-les en benefici propi per tal d'obtenir un resultat favorable.

-Variants de les normes dels jocs. El fet de variar les normes també provoca que les situacions motrius varien amb la necessitat d'adaptar-se, adequar-se i resoldre els nous problemes i situacions sorgides a partir d'aquesta manipulació. És més, per tal de maximitzar la creativitat dels participants és convenient que ells mateixos siguin els que modifiquen, varien i introdueixin noves normes, variants... Aquest fet permetrà l'enriquiment cognoscitiu, el desenvolupament de la creativitat i, sovint, la renovació de l'interès pel mateix joc, ja que seran ells els que seran partícips de les noves dimensions reglamentaries del joc. És a dir, el més enllà de la creativitat s'aconsegueix quan els mateixos participants són els que han d'adaptar i modificar les normes dels jocs per tal d'enriquir la pràctica motriu. Aquesta variació de les normes del joc per part dels participants ja és defensada per T. Orlick (1990) en la seva utilització dels jocs cooperatius per tal d'estimular la creativitat. Per a aquest autor donar llibertat als participants i fomentar la

cooperació ajuda a estimular la creació que es manifesta en variacions dels jocs, dels materials del desenvolupament, de la forma de participació dels jugadors.

-Variar els espais de jocs. Els espais de joc també transmeten una informació. En variar els espais de joc, els participants descobreixen noves possibilitats per a transformar l'entorn i, per tant, per a estimular la seva creativitat. Especialment enriquidor és el medi natural, ja que transforma la realitat en què viu el nen i li permet estimular la creativitat perquè veu un "altre món" aliè al món quotidià. Si juguem a construir un poble en un medi natural hi tindrà més interès que si ho fem dintre d'una pista poliesportiva. La informació que ofereix el medi és diferent i la realitat que comporten els dos medis també. Açò també ocorre amb els jocs motors. Per exemple, jugar a la bandera (joc en què dos equips tracten d'agafar la bandera de l'equip adversari mentre en defensen la pròpia) en una pista poliesportiva no presenta les mateixes sensacions, emocions i vivències que desenvolupar-lo en un jardí, bosc... Mentre en el primer cas no sorgeix l'aspecte d'aventurer (amagar-se, explorar el territori enemic, sorprendre a l'adversari...), en el segon si que apareix i permet que el joc sigui molt més divertit i emocionant. A més a més, el segon espai estimula una situació defensa/atac diferent a la primera perquè possibilita el factor sorpresa quan els participants s'amaguen... Per tant, encara que tots dos estimulen la creativitat per tal de resoldre el problema plantejat, la forma de solucionar-lo (estratègia) pot ser diferent en els dos casos.

-Variar les experiències lúdiques. La varietat d'experiències lúdiques comporta l'enriquiment motriu i el desenvolupament de la creativitat. El fet de participar sempre de les mateixes activitats implica que els patrons motrius que s'estimulen són sempre els mateixos i que la creativitat hi queda relegada. En canvi la varietat, la diversitat de manifestacions lúdiques, permet un desenvolupament de la creativitat gràcies a la necessitat d'adaptació a noves practiques i situacions.

-Evitar la direcció i el control excessiu per part del dinamitzador. És a dir, deixar fer als nens, que s'organitzen, que es desenvolupen, que s'espavilen... evitant la direcció i el control del joc per part de l'adult. Els nens han de jugar lliurement per tal de canalitzar i desenvolupar la pròpia creativitat. És més, el dinamitzador ha de fomentar la recerca de noves possibilitats del joc per part dels nens i animar-los que utilitzen la imaginació per descobrir-ne les possibilitats. Segons Bohm i Peat (1988:255-56), "l'establiment de metes i esquemes de comportament produeix una estructura de coneixement rígid que bloqueja el joc lliure del pensament i el moviment lliure de la consciència, que són necessaris per tal que actuï la creativitat".

-Utilitzar grups de nombre reduït. El dinamitzador pot estimular la capacitat creadora dels participants si té un menor nombre de nens. D'aquesta forma pot anar veient com responen als estímuls que els va presentant.

Finalment, per tal de fomentar la creativitat en el joc motriu cal respectar els postulats següents:

- Proveint d'activitats i jocs basades en els interessos i les idees dels participants.
- Atendre les necessitats dels participants, que poden evolucionar entre joc i joc i també durant el joc mateix.
- Permetre l'exploració lliure dels materials, espais... i les seves possibilitats, sense presses.
- Compartir les emocions amb els altres participants.

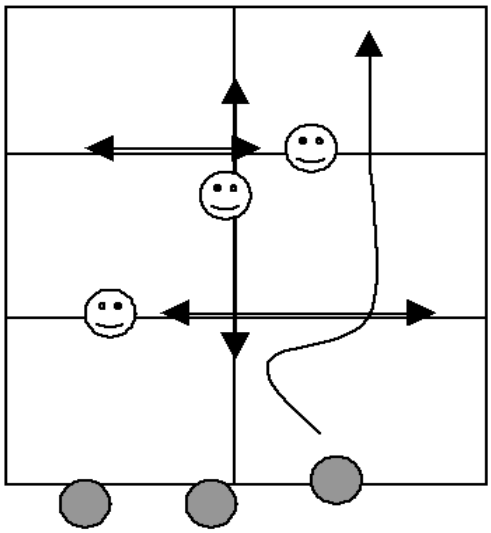
ISSN 1988-6748

- Introduir noves experiències, especialment, multiètniques, multiculturals..., que, a més d'estimular la creativitat dels participants, poden ser canalitzades cap a la sensibilització, el coneixement d'altres cultures... i proporcionar valors de caràcter intercultural.

El joc d'arreu del món i la creativitat

El joc tradicional d'arreu del món, a més de presentar un gran potencial inclusor (Ortí, 2005), presenta un gran potencial educatiu i estimulador de la creativitat.

El fet de ser manifestacions lúdiques desconegudes per als participants permet que la seva introducció estimuli la creativitat dels participants per resoldre noves situacions motrius. Així, jocs com el Kabaddi indi (joc d'oposició en què dos equips intenten portar al seu camp un jugador adversari), el Patintero filipí (joc en què s'ha de creuar pel mig d'unes línies on són els adversaris), el Pic i pala valencià (joc en què un equip tracta de colpejar un palet amb punta per enviar-lo el més lluny possible mentre l'altre equip intenta evitar-ho)... són jocs que presenten un alt potencial tàctic que estimula la creativitat i busca la millor solució per resoldre el problema tàctic plantejat.



Patintero

Com actuar per tal que el major nombre de companys (equip de color gris) creuen l'espai sense ser agafats pels adversaris (equip blanc), que es mouen per damunt de la línia corresponent.

Juntament amb els jocs amb un alt potencial tàctic a resoldre, també en trobem d'altres on el potencial creatiu no apareix per la resolució d'un problema tàctic plantejat sinó per la capacitat simbòlica que presenten. Per exemple, el *Giant's house* de Tanzània (joc en què un jugador diu el nom d'un animal i la resta de jugadors han d'imitar-lo), el *Anton Pirulero* (joc en què un jugador –director– fa un moviment fent com que toca un instrument musical. La resta de

jugadors l'imiten mentre que el jugador situat al mig tracta de trobar qui és el director), *Czar and peasants* (el tsar la para, els camperols es reuneixen per tal de representar un ofici que han d'imitar davant del tsar). Quan el tsar endevina l'ofici que estan representant, diu el nom i va corrents a agafar un camperol que ha de tornar a la casa per salvar-se). Tots aquests jocs presenten aspectes simbòlics on el treball grupal, la creativitat en el moviment, la representació mitjançant gestos són aspectes fonamentals i que depenen de la creativitat dels participants.

Per tant, el potencial creatiu dels jocs d'arreu del món ve donat, fonamentalment, tant per la solució als problemes tàctics plantejats com per les situacions simbòliques i de representació que es donen. En el primer cas, els jocs estan destinats a nens que tenen més de 8 anys, mentre que en el cas dels jocs simbòlics aquests poden ser desenvolupats per nens més petits. Piaget i Inhelder (1984) ja plantejaven que el joc servia per desenvolupar la intel·ligència dels nens i que, al mateix temps, observant la tipologia lúdica del nen, podíem determinar-ne el desenvolupament intel·lectual. Així, establien quatre estadis intel·lectuals que es corresponien amb uns determinats períodes cronològics i un determinat tipus de jocs, tal com trobem en la taula posterior.

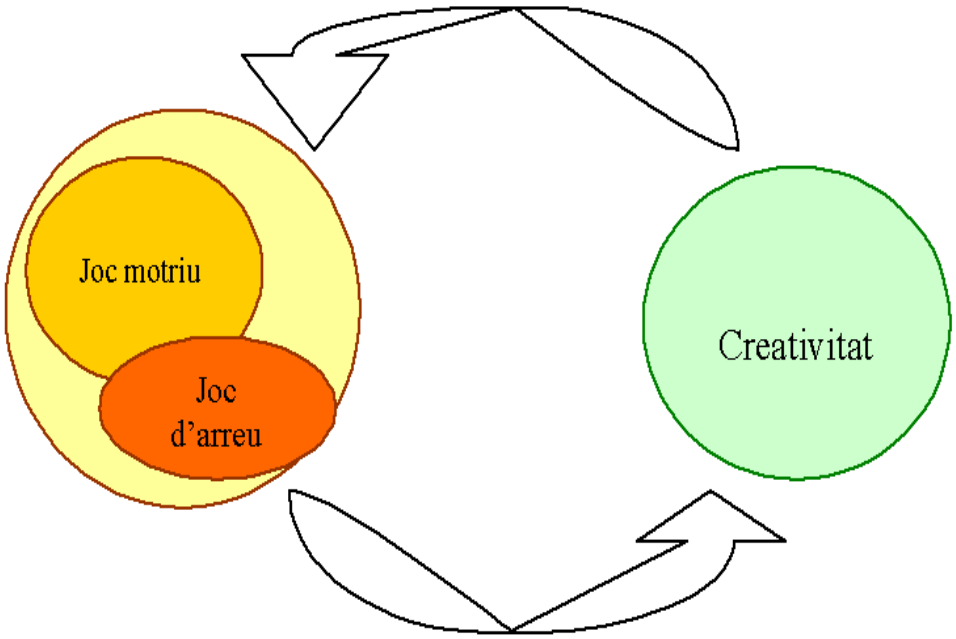
Estadi intel·lectual	Durada de l'estadi	Tipus de joc corresponent
Intel·ligència sensomotriu	0- 2 anys	Jocs sensomotrius
Intel·ligència preoperatòria	2 – 7 anys	Jocs simbòlics i de fantasia
Intel·ligència operacions concreta	7 – 11 anys	
Intel·ligència operacions formals	11- 14 anys	Jocs de regles

Tret de Ortí (2004:55)

Plantejar que els mateixos participants desenvolupen variants dels jocs d'arreu del món també permet, tal i com hem vist anteriorment, desenvolupar la creativitat dels participants. Així, aquests "nous" jocs, desconeguts pel nen, permeten que pugui indagar i crear noves possibilitats a partir d'uns postulats i unes regles fonamentals.

Com a conclusió considerem que el joc estimula la creativitat dels participants, més o menys en funció de la tipologia, el grau de coneixement, els materials que s'empren, forma de presentació del dinamitzador..., mentre que la creativitat dels participants pot desenvolupar, evolucionar i millorar el joc.

ISSN 1988-6748



El joc estimula la creativitat i la creativitat desenvolupa el joc

És a dir, l'enriquiment creatiu dels participants degut al joc motriu també pot provocar que el joc sigui enriquit gràcies a aquesta creativitat que estimula.

Bibliografia

- Bantulà, J. I Mora, J.M. (2002): Juegos multiculturales. Barcelona: Paidotribo.
- Bohm i Peat (1996): *Ciencia, orden y creatividad*. Barcelona: Kairós
- Ellison i Gray (1996): *365 Juegos creativos*. Barcelona: Martínez Roca.
- Orlick, T. (1990): *Libres para cooperar libres para crear.* Barcelona: Paidotribo.
- Ortí, J. (2004): *La animación deportiva, el juego y los deportes alternativos*. Barcelona: Inde.
- Ortí, J. (2005): "La educación física y el juego en la integración del alumnado inmigrante" En *Aula de innovación educativa*. Barcelona: Graó. Pag 35-38.
- Piaget, J. I Inhelder, B. (1984): *Psicología del niño.* Madrid: Morata.

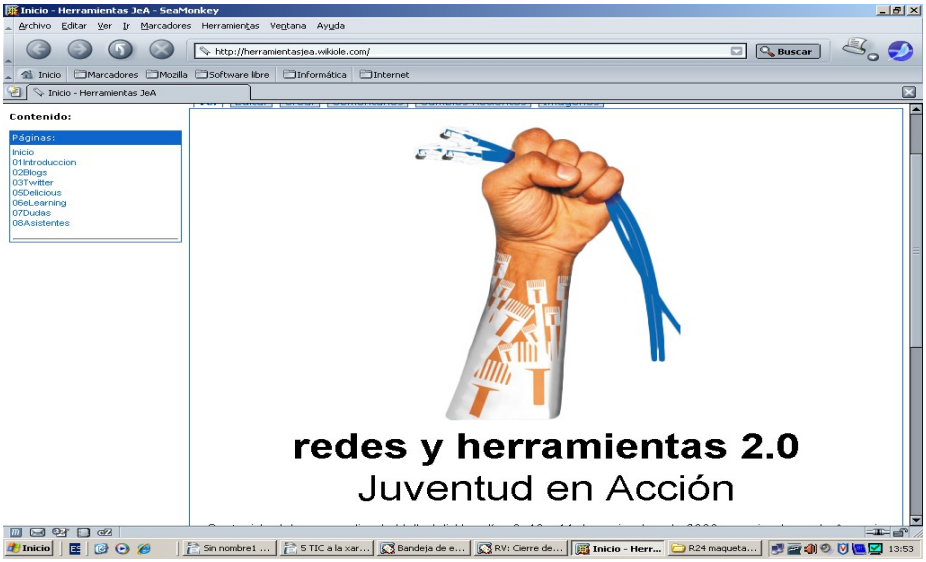
ISSN 1988-6748

Revista ANIMACIÓ núm. 24

TIC's de l'animació: creativitat i innovació

TIC, joventut, innovació i creativitat a la xarxa

A continuació us presentem algunes pàgines que pensem que poden ser del vostre interés. A banda, us recomanem visitar tots els enllaços que us proposen els diferents autors d'aquesta revista. Tots ells molt suggestius per innovar creativament en el camp de l'animació juvenil.



http://herramientasjea.wikiole.com/
Wiki de suport elaborat per al curs *Redes y Herramientas Juventud en Acción.*
Ferramentes interessants per a l'ús de les TIC en el treball amb jóvens.



http://www.innobasque.com/home.aspx?tabid=1

ISSN 1988-6748

Web oficial de l'agència basca de la innovació. Molt interessant l'àrea multimèdia amb documents, presentacions, articles i reflexions sobre innovació.



http://create2009.europa.eu/

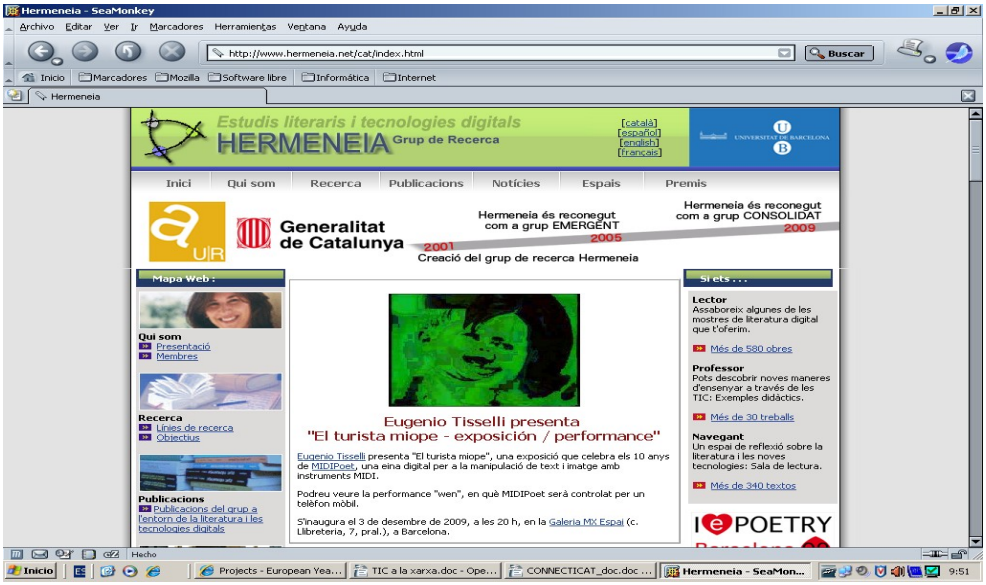
Pàgina oficial de l'any europeu de la creativitat i la innovació. Amb els principals projectes i enllaços interessants a pàgines innovadores i creatives.



http://www.eurocreator.com/es/

Plataforma segura i moderada en què professors i estudiants poden veure i compartir arxius multimèdia. També aporta molta informació sobre com crear continguts multimèdia.

ISSN 1988-6748



http://www.hermeneia.net/cat/index.html

Pàgina del grup de recerca Hermeneia que relaciona els estudis literaris amb les tecnologies digitals. Molts enllaços a pàgines de literatura en la Xarxa.



http://www.myfamilypedia.org/

Portal d'ajuda per a una navegació segura per Internet. Interessant web amb enllaços amb precaucions en l'ús per part dels jóvens i dels xiquets d'Internet i xarxes socials.

ISSN 1988-6748

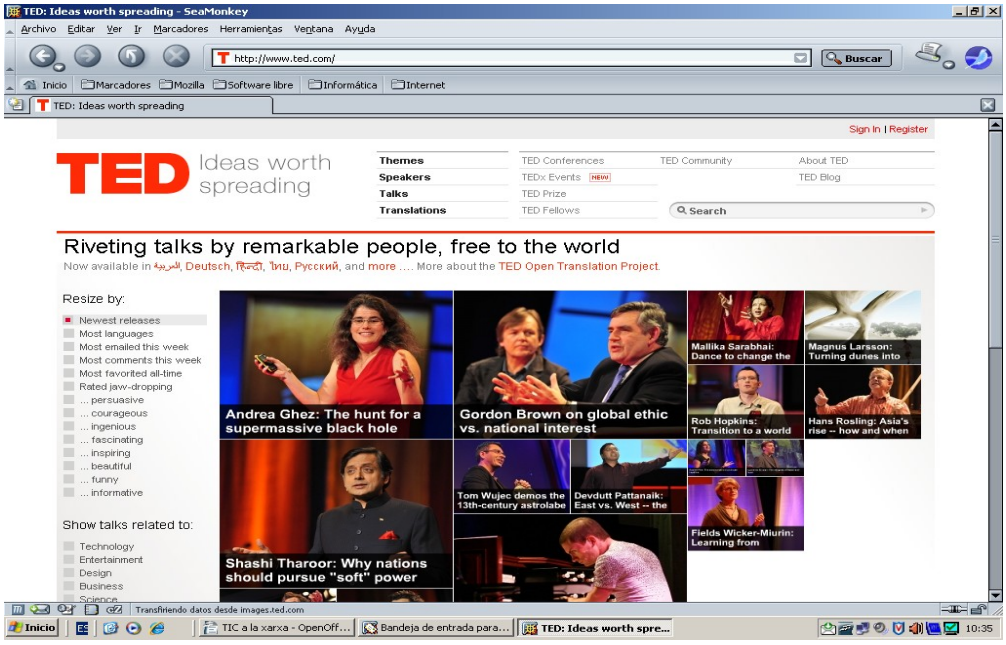
Revista ANIMACIÓ núm. 24

TIC's de l'animació: creativitat i innovació



http://www.youtube.com/watch?v=nPB-41q97zg&feature=related

Conferència penjada al youtube de Ken Robinson sobre la importància de la creativitat en l'èxit professional i personal (el talent).



http://www.ted.com/

Pàgina de vídeos amb xarrades molt interessants d'experts mundials que permet la difusió global d'idees.

ISSN 1988-6748

Revista ANIMACIÓ núm. 24

TIC's de l'animació: creativitat i innovació



http://www.ite.educacion.es/

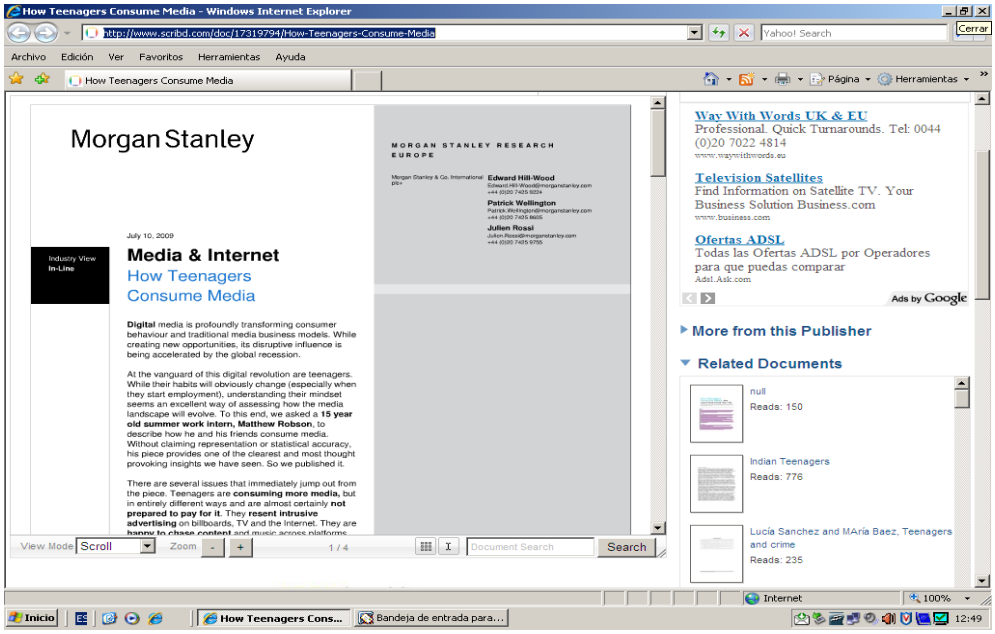
Pàgina de l'Instituto de Tecnologías Educativas, amb bona cosa de recursos tecnològics aplicats a l'animació.



http://www.ovsi.com/

Pàgina de l'Oficina Valenciana per a la Societat de la Informació (OVSI). Una fundació que promou la societat tecnològica i del coneixement.

ISSN 1988-6748



http://www.scribd.com/doc/17319794/How-Teenagers-Consume-Media

Breu informe per a Morgan Stanley elaborat per Matthew Robson (un jove de quinze anys) que, tot i la seua senzillesa, resulta prou clarificador pel que fa al consum dels joves dels mitjans de comunicació i internet.

ISSN 1988-6748