

ENTUTV: UN PROJECTE D'ALFABETITZACIÓ AUDIOVISUAL AMB YOUTUBE

<http://www.entutv.net>

Grup de Recerca ARPA

Entutv és un portal educatiu dissenyat per l'equip de recerca ARPA (Anàlisi de la Recepció de les Pantalles Audiovisuals) amb continguts de Youtube i amb l'objectiu de posar al servei de l'alfabetització audiovisual les noves pantalles audiovisuals sorgides de la digitalització i de la convergència tecnològica. Aquest projecte es desenvolupa en un context de polítiques educatives i mediàtiques dirigides a donar impuls a la Societat de la Informació. Els continguts de Entutv es presenten i analitzen de forma interdisciplinària. Els membres d'ARPA que han contribuït en el desenvolupament d'aquest projecte educatiu provenen d'àrees de coneixement diverses com ara la filosofia, l'ètica, la didàctica de la llengua, la comunicació audiovisual o la publicitat.



1. Context mediàtic i econòmic del projecte educatiu Entutv.

Entutv es desenvolupa en un context de mitjans de comunicació basats en tecnologies digitals que afavoreixen el narrowcasting en front del sistema

tradicional de difusió, el broadcasting. La fragmentació de les audiències i la capacitat del públic per produir continguts ens porten a la necessitat del replantejament de la comunicació de masses. La divulgació de continguts d'un a molts, el broadcasting, deixa pas a una difusió selectiva i una divulgació de molts a molts, el narrowcasting. La interactivitat desdibuixa l'antiga relació entre emissor i receptor afavorint nous vincles entre els usuaris que es converteixen en interlocutors privilegiats, en subjectes actius. És llunyana l'època en la qual, com ressenyava Rafaeli (1988:110), els únics espais d'interactivitat amb els mitjans residien en "les cartes al director, els *talk shows* i la participació de l'oient o televident als programes o en la programació"-

El context econòmic actual exigeix una reconversió del model de producció sobre la base del desenvolupament i l'expansió dels mercats relacionats amb les tecnologies digitals. La posada en marxa definitiva de la Societat de la Informació comença a ser urgent com alternativa a un model de producció econòmica que mostra símptomes d'esgotament. Tot plegat, fa preveure que les estratègies de les indústries de la comunicació es dirigiran a potenciar l'ús de les pantalles audiovisuals. En conseqüència, es preveu un creixement positiu per les indústries informàtiques, les indústries dels continguts i la indústria de les telecomunicacions.

Finalment, la implantació del model de creixement econòmic basat en la Societat de la Informació necessita la implicació dels sectors públic i privat. En aquest sentit la proliferació de l'ús de les tecnologies digitals en els àmbits educatius contribueix en gran mesura a una major disseminació de les tecnologies digitals i la generalització del seu ús, i en conseqüència també significa una contribució en la consolidació de mercats essencials per al desenvolupament de la Societat de la Informació.

En aquest sentit, el projecte eTwinning, que es desenvolupa en el marc del Programa d'Aprenentatge Permanent de la Comissió Europea, té com a objectiu animar els centres escolars a establir xarxes de treball a través d'internet. El projecte és una plataforma en línia que utilitza eines de la Web 2.0 per facilitar la comunicació entre professors de més de 48.000 centres

educatius registrats que han desenvolupat gairebé 12.000 projectes entre centres escolars de països diferents.

En els propers anys, tot ens porta a pensar que es produirà un creixement del nombre d'usuaris de les interfícies digitals i en conseqüència plataformes com Youtube o Facebook seran cada cop més concorregudes. En aquest context, la programació perd importància davant de les tecnologies de selecció de continguts i el creixement de serveis sota demanda. El projecte Joost, per exemple, permet gaudir de la televisió a través d'Internet a pantalla completa triant el que es vol veure quan es vol veure.

2. Els mitjans de comunicació en els processos de socialització i aprenentatge. Entutv, una contribució a l'aprenentatge dels mitjans.

Els mitjans de comunicació de masses formen part del conglomerat d'estímuls que utilitzarà l'individu per interpretar el món. A més la imatge s'autolegitima convertint-se en un principi o criteri essencial d'autoritat. Els mitjans de comunicació tenen una gran capacitat d'influir en la "visió del món" dels subjectes. En aquest sentit, si les pantalles audiovisuals tenen un paper cada cop més rellevant en el sistema de comunicació, també el tindran en els processos de socialització i aprenentatge dels joves i adolescents.

Per Emili Lledó "viure és interpretar i aquesta funció de l'existència es relaciona amb tota una sèrie de funcions que també manifesten, en l'home, la trama complexa en què cada temps individual, la vida de cada individu, es desplega" (Lledó, 1994). Lledó entén per interpretació el procés pel qual les dades ens arriben de fora, del món real i social que ens envolta i s'integren en el món interior que ens conforma: el món que som. Dos elements essencials en el coneixement i en la pròpia instal·lació dins de l'existència.

Actualment, molts d'aquests estímuls provenen dels discursos audiovisuals que són difosos per les pantalles audiovisuals. Cada cop són més nombrosos els nens en edat escolar que utilitzen l'ordinador quotidianament, naveguen per Internet i dediquen moltes hores al consum de televisió o de videojocs. **L'alfabetització audiovisual –Media Literacy- ha d'incrementar les**

habilitats d'accés, anàlisi i avaluació del poder de les imatges i els missatges per part del receptor.

En aquest context ARPA ha dissenyat un projecte educatiu capaç d'establir sinèrgies amb les noves interfícies audiovisuals i els seus continguts a través de la incorporació dels continguts educatius en el propi sistema de comunicació i posant al servei de l'alfabetització audiovisual els nous usos mediàtics que redefeixen el paper d'emissor i de receptors.

L'objectiu formatiu d'Entutv es oferir un material didàctic amb continguts de Youtube que porti estratègies per a la reflexió crítica sobre els continguts audiovisuals i sobre el seu impacte en els hàbits socials i d'interrelació personal dels seus usuaris. Entutv vol mostrar la capacitat de Youtube en la incitació a l'exhibicionisme i en la modulació del pensament. Entutv, en definitiva, és una eina per la concienciació de l'ús d'aquesta interfície audiovisual.

Fins fa molt poc (i en textos relativament recents com, per exemple, Ruiz:200-), els desenvolupaments tècnics sobre els mitjans de comunicació s'han limitat, de fet, a una anàlisi de les accions efectuades pels emissors del missatge mediàtic –professionals del periodisme, redacció, realització, publicitat, càmera, programació, direcció...-, i no tant en les de l'audiència; a la qual, se la considerava només com la receptora que havia d'aprendre a seleccionar prudentment entre les diferents ofertes subministrades pels emissors descrits. Evidentment, aquesta situació ha fet un tomb crucial al món actual de les xarxes socials, la web 2.0 i el narrowcasting; entutv pretén fer-se ressò d'aquesta transformació i elaborar instruments didàctics-crítics centrats, ja des del seu origen, en el foment de la consciència reflexiva del subjecte que ha deixat de ser un receptor passiu; ara interactua amb el mitjà de comunicació, assolint quasi simultàniament ambdós rols, el de receptor i el d'emissor.

Resumint, l'objectiu d'aquesta aportació educativa és refutar amb fets les visions, quelcom apocalíptiques, que s'han anat prodigant els darrers temps (Perniola:2004) sobre el caràcter banalitzador al qual la realitat de les noves pantalles audiovisuals ens abduïrien d'una forma irremissible, en un futur proper. Entutv tracta de demostrar que aquesta realitat, malgrat ens imposa

nous reptes i dilemes fins fa poc impensables (Quintana:2006), també ens obre possibilitats educatives amb les quals alfabetitzar les noves generacions i dotar-les d'eines per poder afrontar aquests desafiaments; des d'una consciència ciutadana, madura, oberta i a l'hora, amb capacitat d'elaborar judicis crítics adaptades a la nova situació.

3. Entutv, característiques tècniques.

El projecte educatiu es concreta en la creació d'un portal dissenyat amb eines proporcionades per Word Press 2.7.1, un dels blogs més utilitzats a la xarxa, per l'edició de continguts a Internet. WordPress ha permès l'elaboració d'un entorn adaptable amb un disseny personalitzat que classifica els continguts per categories i facilita el fet de penjar vídeos de Youtube en el portal, font d'on procedeixen la majoria dels documents audiovisuals utilitzats per Entutv.

Al mateix temps, el treball on-line ha facilitat la col.laboració i l'intercanvi d'experiències entre investigadors de diverses universitats. Han participat en aquest projecte investigadors de la Universitat de Girona, la Universitat de Barcelona, la Universidad del País Vasco i la Universidad Europea Miguel de Cervantes de Valladolid.

4. Els continguts multidisciplinars de Entutv.

Els continguts de Entutv s'estructuren a partir de categories temàtiques. Els continguts són proposats i analitzats de forma interdisciplinària. Els temes han estat seleccionats per formar el criteri dels joves i els adolescents en l'anàlisi i en una major comprensió dels discursos audiovisuals com ara la informació, la publicitat, el cinema, el còmic o la ficció televisiva. Les perspectives d'anàlisi provenen de camps com la filosofia, l'ètica, la psicologia, la pedagogia de la llengua o les tècniques discursives audiovisuals. Aquests materials han de facilitar una major comprensió de la forma com els mitjans de comunicació de masses seleccionen, representen i interpreten la realitat. En aquest sentit, Albert Sáez (1999) destaca que "el problema de les relacions entre la realitat i la representació és prou complex com per interessar diverses disciplines científiques".

Amb l'objectiu de potenciar una mirada crítica en els joves i els adolescents, entutv.net proporciona materials audiovisuals acompanyats de propostes didàctiques. El còmic SinCity, la publicitat subliminal o la narrativa audiovisual són alguns dels temes de les propostes.

ALFABETITZACIÓ AUDIOVISUAL AMB YOUTUBE

<p>04.20.2009 SIN CITY Categories: Còmic i cinema Add a Comment</p> <p>Sin City: cuando el cine se rinde a los pies del cómic. Propuesta didáctica para el bachillerato Autora: Dra. Carmen Echazarreta Soler Apartado para el profesorado</p>	<p>04.15.2009 IMATGES SUBLIMINALS Categories: Models de representació i publicitat Add a Comment</p> <p>Actualment les estratègies publicitàries busquen nous formats i nous llenguatges per arribar al públic objectiu. Una d'aquestes estratègies és la utilització d'imatges subliminals.</p>	<p>03.13.2009 HISTÒRIA NARRADA: UNA APROXIMACIÓ AL PERIODISME NARRATIU Categories: Filosofia i ètica Add a Comment</p> <p>Història narrada: una aproximació al periodisme narratiu</p>
<p>03.13.2009 EXERCICI NARRATIU AUDIOVISUAL Categories: Literatura i cinema Add a Comment</p> <p>EXERCICI NARRATIU AUDIOVISUAL</p> <p>-----</p>	<p>03.13.2009 SUFRIAN POR LA LUZ VICTOR MELIVEO (1ER PREMIO FESTIVAL CINE ESPAÑOL MÁLAGA 2006) Categories: Literatura i cinema, Models de representació i publicitat Add a Comment</p>	<p>03.13.2009 LLIÇONS DE CINEMA: TEMPS (ORDRE I FREQUÈNCIA) CONFIGURACIÓ DE CÀMERA. Categories: Literatura i cinema Add a Comment</p> <p>Lliçons de cinema: Temps /Ordre /</p>

Exemple de pantalla amb materials del portal entutv.net (1)



Exemple de pantalla amb materials del portal entutv.net (2)

Projectes | ENTUTV - Microsoft Internet Explorer provided by Servei Informàtic

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Dirección http://www.entutv.net/?page_id=58

Google Ir Marcadores 69 bloqueados Corrector ortogràfic Enviar a Configuración

Qui som? Objectius Membres **Projectes** Inici

ENTUTV.NET

ALFABETITZACIÓ AUDIOVISUAL AMB YOUTUBE

05.05.2009

PROJECTES

En aquesta pàgina podeu visualitzar el treball de Literatura i Cinema, realitzat per la Dra. Carmen Echazarreta



Visiteu la versió on-line

Share and Enjoy:

Membres
Objectius
Projectes
Qui som?

ÀREES TEMÀTIQUES

Còmic i cinema
Filosofia i ètica
Literatura i cinema
Models de representació i publicitat

COMUNICAT

Facebook ENTUTV al Facebook
YouTube Canal ENTUTV

Inicio Internet 15:09

ENTUTVcac - Microsoft W... Projectes | ENTUTV - ... The page cannot be foun...

Pantalla a partir de la qual s'accedeix a navegar pel projecte de literatura i cinema.

BIBLIOGRAFÍA

- ANDREOLI, Vittorino (2005): *Carta a un adolescente*, RBA, Barcelona
- ECHAZARRETA, Carmen (1996) "La educación audiovisual : una didáctica interdisciplinar", En: *Comunicar : revista científica iberoamericana de comunicación y educación* Huelva, n.7
- JENSEN, Klaus Bruhn; JANKOWSKY, Nicholas (eds.) (1993): *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*, Bosch, Barcelona.
- KIRBY, Justin (2005): *Connected Marketing*, Butterworth-Heinemann.
- LLEDÓ, Emilio (1994): *Paraules i Imatges*, Col.lecció Opuscles, Centre d'Investigació de la Comunicació, Barcelona.
- MEDIA LITERACY EXPERT GROUP (2007): *Study on the Current Trends and Approaches to Media Literacy in Europe*. Comisión Europea. http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/docs/studies/study.pdf (4)
- MORLEY, David (1996): *Televisión, audiencia y estudios culturales*; Amorrortu editores, Buenos Aires.
- NIGHTINGALE, Virginia (1999): *El estudio de las audiencias. El impacto de lo real*. Paidós, Barcelona.
- PERNIOLA, Mario (2004): *Contro la comunicazione*. Einaudi, Torí.
- PORTILLA, Idoia y ZUFIA, Carlos (2000): *Los usuarios de Internet, ¿dejan de consumir otros medios?*, 7º Seminario de Medios AEDEMO, Valencia.
- OLIVA ROTA, Mercé (2006): *Panoràmica de l'educació en comunicació audiovisual*. A Quaderns del CAC, n. 25, Maig-Agost de 2006, Consell de l'Audiovisual de Catalunya, Barcelona.
- OROZCO, Guillermo (1992): *Familia, televisión y educación en México*, a Guillermo Orozco: *Hablan los televidentes: Estudios de recepción en varios países*, Universidad Iberoamericana, México.
- OROZCO, Guillermo (1996): *Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo*, Ediciones de la Torre, Madrid.
- OROZCO, Guillermo (2002): *Medios, Mediaciones y Tecnologías*, a "Signo y Pensamiento", núm 41, vol. XXI, julio-diciembre.
- OWEN, Bruce (1999): *The internet Challenge to Television*, Harvard University Press.
- QUINTANA PAZ, Miguel Ángel (2006): *Cámaras ocultas y ética periodística: ¿una pareja malavenida?* A Cuadernos de periodistas, n. 8. Octubre, 69-78.
- RAFAELI, Sheizaf (1988): "Interactivity: From new media to communication", a R. P. Hawkins, J. M. Wiemann i S. Pingree (eds.): *Sage Annual Review of Communication Research: Advancing Communication Science: Merging Mass and Interpersonal Processes*, n. 16. Sage, Beverly Hills, 110-134.
- RODRIGO ALSINA, Miquel (1989): *La construcción de la noticia*, Paidós Comunicación, Paidós, Barcelona.
- RUIZ, Carlos (2003): *Ética de la audiencia. Reflexión ética sobre el principio jurídico de libertad de información*. Grafite Ediciones, Bilbao.

VAN NIEKERK, Paul y VAN BERGEN, Marlies (2005): *Television use by different generations of Internet users*. WAM, Montreal.