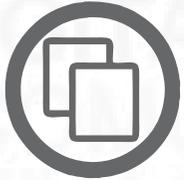


TURADIGITALYCOMUNICACIÓNPARTICIPATIVA
RTICIPATIVACULTURADIGITAL
ARTICIPATIVACULTURADIGITAL
DIGITALYCOMUNICACIÓNPARTICIPATIVA
URADIGITALYCOMUNICACIÓNPARTICIPATIVA
ALYCOMUNICACIÓNPARTICIPATIVA
CIPATIVACULTURADIGITAL
GITALYCOMUNICACIÓNPARTICIPATIVA
CIPATIVACULTURADIGITAL
CACIÓNPARTICIPATIVA
ICIPATIVACULTURADIGITAL
NPARTICIPATIVACULTURADIGITAL
ACIONPARTICIPATI

licencia



Usted es libre de:



copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra



hacer obras derivadas

Bajo las condiciones siguientes:



Reconocimiento. Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciador (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o apoyan el uso que hace de su obra).



No comercial. No puede utilizar esta obra para fines comerciales.

- Alguna de estas condiciones puede no aplicarse si se obtiene el permiso del titular de los derechos de autor
- Nada en esta licencia menoscaba o restringe los derechos morales del autor, ni tan siquiera el derecho de transformación cedido mediante ella.
- Al reutilizar o distribuir la obra, tiene que dejar bien claro los términos de la licencia de esta obra.

Índice



00_ prólogo	_04
01_ electrocardiograma de youtube_Felipe G. Gil	_06
02_ propietarios del conocimiento_David Bravo	_09
03_ el sonido como patrimonio cultural inmaterial_escoitar.org	_13
04_ televisión 2.0_Cyril Fievet	_16
05_ la experiencia de la educación del arquitecto en un entorno "web 2.0"_Édgar González	_23
06_ presencia obligada_Irene Hens	_28
07_ el currículum posmoderno en la era digital_Tíscar Lara	_31
08_ empresas y web 2.0_Javier Martín	_34
09_ el doble reto del open source para el arte ¿una doble oportunidad?_Juan Freire	_37
10_ simplificando la complejidad, el caso de quaderns digitals como referente digital en las publicaciones educativas_Pedro Jiménez entrevista a Vicent Campos	_40
11_ reality hacking ¿quién teme a los códigos de realidad?_María Pérez	_43
12_ contra las plataformas educativas: hacia una educación a través de internet invisible _ Pedro Jiménez Álvarez	_46
001_ créditos	_49



prólogo

cultura digital y la comunicación participativa.
a modo de prólogo a esta edición.

ZEM
OS
98

Cultura digital y la comunicación participativa. A modo de prólogo a esta edición.

Hablar de cultura digital y comunicación participativa ha supuesto para esta edición (y el seminario del que proviene) partir de dos presupuestos que recogemos de la propuesta de David Casacuberta en su texto "Cada hombre, un artista" en el libro "Creación e Inteligencia Colectiva". Los dos presupuestos son:

1. Cuando hablamos de cultura digital, la tecnología no es un elemento tan importante como pueda parecer a primera vista.
2. Además de ser una forma de organizarse y producir, la comunicación participativa es, antes que nada y por encima de todo lo demás, una actitud y un posicionamiento ético en relación a la función de Internet en el desarrollo y distribución de la cultura.

Los dos presupuestos están claramente interrelacionados: el segundo punto es un buen argumento a favor del primero. Y a su vez, el primero permite comprender mejor al segundo.

Si proponemos partir de estas máximas es precisamente porque advertimos en muchos casos una falta de conciencia al respecto. Quizás porque lo digital parece que paradójica e inexorablemente está siempre ligado a su definición en contraposición de lo viejo con lo nuevo.

Si atendemos a la evolución de los medios de comunicación, haciendo un ejercicio intensísimo de síntesis histórica y siguiendo el excelente análisis que realiza Jesús Carrillo en "Arte en la Red" en torno a los nuevos medios y la cultura digital, pasamos del teléfono (uno a uno) al mass media tradicional (uno a muchos), que

da lugar a los new media (muchos a muchos).

Se entiende que el nuevo modelo varía de los anteriores porque de sólo recibir la comunicación pasa a transformarse en mucho más: participación, producción, reproducción, difusión de contenidos, etc. Es una nueva manera de relacionarse con el mundo a partir de un proceso de digitalización general de la producción cultural contemporánea. Y según Lev Manovich, este nuevo panorama surge de la fusión de dos tradiciones que habían coexistido durante los siglos XIX y XX: la fotografía y la computación.

Carrillo propone el ejemplo de Manovich con el daguerrotipo, construido por Louis Daguerre en 1839, un invento precursor de la fotografía moderna. Supuso, sobre todo, una revolución en el mundo de la información, ya que permitió cubrir el seguimiento de la Guerra de Crimea y de la Guerra de Secesión estadounidense. Por otro lado, y también en el siglo XIX, el matemático e inventor británico Charles Babbage elaboró los principios de la computadora digital moderna. Inventó una serie de máquinas, como la máquina diferencial, diseñadas para solucionar problemas matemáticos complejos. La máquina ya incluía una memoria para guardar los datos, un procesador para las operaciones matemáticas y una impresora para hacer permanente el registro.

La fusión de lo viejo con lo nuevo se produce cuando, como plantearía Negroponte, pasamos de átomos a bits. Argumentaba entonces que la mayor parte de la información que recibimos nos llega en forma de átomo (periódicos, revistas, libros), lo que espontáneamente nos hace evaluar y medir el transporte de esa información en átomos. La llegada del bit, que «no tiene color, tamaño ni peso y viaja a la velocidad de la luz y es el elemento más pequeño en el ADN



prólogo

cultura digital y la comunicación participativa.
a modo de prólogo a esta edición.

ZEM
OS
98

de la información», iba a ser el culpable de que esa forma de entender el mundo cambiara. Los “nuevos medios” ya estaban aquí.

La cuestión está en que, aunque en muchos casos sigan teniendo una apariencia similar, cuando se produce el fenómeno de la digitalización, los datos son pasados a un ordenador multimedia donde pueden ser almacenados, clasificados, alterados, copiados o puestos en circulación a través de internet con suma facilidad.

El mero hecho de hablar de “medios”, aunque sean “nuevos”, es aludir al concepto de “medio de comunicación” (tradicional) que tiene relación con unos modos de producción y difusión determinados: editoriales, cadenas de radio y televisión, industrias cinematográficas y discográfica, etc.

Se alude por “herencia histórica” a una manera de ser espectador, un patrón de comportamiento, unos términos legales, un modelo de industria económica. Lo que quiero decir es que los nuevos medios son mucho más dependientes de los viejos de lo que se podría pensar. Lo nuevo, más que como elemento transgresor, se queda muchas veces en reclamo publicitario: la interactividad del SMS o la posibilidad de bajarse música de la red previo pago. Son extensiones de los patrones dominantes más que una redefinición de los mismos.

Sin embargo, y a pesar de la herencia que “sufrir” la cultura digital, la fragmentación de los contenidos que permite la hipertextualidad, multitextualidad, el concepto de multitud en red, la posibilidad de compartir y copiar contenidos, la participación de diferentes sujetos en una misma producción, las intersecciones entre arte, ciencia y tecnología, o los modos de accesibilidad y telepresencia

que permite internet, no puede dejar de ser tomada en cuenta. La remezcla, que permite utilizar la tecnología para recrear nuevos materiales y discursos, tiene la capacidad de transformar la concepción del mundo.

Quizás en estos momentos se está definiendo una nueva cultura, una cultura del remix, en el que los creadores (que podemos ser todos y cada uno de nosotros, sin complejos) producen conocimiento (re)utilizando retazos de otras creaciones, deshaciéndolas y adaptándolas en función de sus intereses. Una cultura en definición hacia un modelo de creación colectiva.

New media, net art, participación ciudadana, activismo, artivismo, digital, tecnología, mensaje, medio, ciencia, arte, poder, censura, control, cibernética, rizoma, simulacro, interfaz, internet, hipertexto, interconectividad, interactividad, creación, comunidad, educación, educomunicación, e-learning, comunicación, wiki, blogs, conductismo, pedagogía crítica, tecnoformalismo, nuevas tecnologías, tic, software libre, copyleft, teleformación... esta publicación es un pequeño compendio de textos en torno a las palabras clave que van definiendo esta nueva cultura de la participación.



electrocardiogramadeyoutube

Felipe G. Gil

ZEM
OS
98

Web de referencia: <http://www.zemos98.org> - <http://lacoctelera.com/abrelatas>

Abstract: Felipe González Gil es licenciado en Comunicación Audiovisual y posgrado por la UNED en E-Learning (Nuevas Tecnologías de la Educación). Es especialista en producción audiovisual y proyectos educativos, ha interpretado y dirigido numerosos montajes escénicos.

Palabras clave: televisión, web 2.0, comunidad virtual, cibercultura, vídeo, copyright, inteligencia colectiva, copyleft, participación ciudadana



¡Estoy de enhorabuena! La revista TIME me ha elegido a MI como persona del año. Eso aunque las estadísticas de la web de la revista (esas mismas que han usado para jactarse de que en las votaciones participaron más de 3 millones de personas, entre las cuales no estaba YO) daban como claro vencedor a Hugo Chávez [1]. Pero qué más da...¡YO he ganado porque YO hago la cultura, porque YO elijo, porque YO soy el corazón de la nueva sociedad del conocimiento!. YO (tube). Sigo masturbándome. Siento un palpar que me excita y me produce una pequeña taquicardia. Cuando YO (tube) ya no puedo más de repente se produce un error y no entra el video que estaba buscando: This video may contain content that is inappropriate for some users, as flagged by YouTube`s user community.

Vaya, no he podido eyacular. El caso es que diariamente masturbo mi intelectualidad con vídeos en Youtube. Puedo presumir de que apenas veo la

televisión y de que soy un “consumidor liberado”. Incluso puedo presumir de haberme abierto una cuenta y de haber producido, creado y subido un vídeo. Soy además lo que algunos llaman un prosumidor. Es verdad, me encanta ver vídeos en Internet, enlazarlos, postearlos en mi blog, pasárselos a mis compañeros, bajarlos, remezclarlos...no obstante, mi último coitus interruptus me obliga a plantearme que un amago de ataque al corazón bien vale un buen análisis, un buen electrocardiograma de YO(tube) aka Youtube.

Empecemos por lo obvio: Youtube es una empresa. Más si cabe desde que ha sido comprada por Google [2]. No me engaña leer que “La filosofía de Youtube se basa en “autorizar a los usuarios para convertirse en los locutores de mañana” tal y como dice en su web [3] y asumo que una corporación que tal y como indica con datos Enrique Dans “podría estar ingresando alrededor de unos \$7.5 millones

electrocardiogramadeyoutube

Felipe G. Gil

ZEM
OS
98

al mes” [4], es simplemente un servicio muy rentable para sus promotores y no “un ejemplo de participación ciudadana”, “el espacio natural para la viralidad y el periodismo ciudadano” o “la representación de una nueva forma de ciudadanos activos”.

No obstante, reconozcamos que Internet (en general) ha supuesto, y sobre todo audiovisualmente, lo que Hector Milla llama el Fin de la tiranía del programador: “Puedes programar las grabaciones por palabras clave y ya no dependes del programador. Ves las cosas cuando quieres” [5]. Reconozcamos también que existen muchos usos loables e interesantes de Youtube, como por ejemplo pueda ser la comunidad estadounidense “Take back Capitol” [6], alojado en “noticias y blogs”. Es curioso porque Youtube no crea a este respecto un apartado concreto para “Política”. Dicho grupo está compuesto por 1357 usuarios que pretenden criticar la política republicana. El grupo contiene casi 700 vídeos con declaraciones de ciudadanos, montajes que ridiculizan a políticos repúblicanos y sobre todo muchas pruebas de una protesta que a la vista de los datos pudiera considerarse como “generalizada” pero de la que apenas se proyecta nada en los medios convencionales.

De acuerdo, Youtube ayuda a crear comunidades de intereses compartidos. De acuerdo, posee aún otras ventajas. En primer lugar es una magnífica herramienta para las distribuciones independientes. Por ejemplo, el cortometrajista español Guillermo Zapata decidió que por cuestiones económicas promocionaría su corto solamente por Internet. Así subió su corto “Lo que tú quieras oír” a Youtube y en menos de dos meses cosechó más de 150.000 visitas [7]. O el “famoso” caso del supuesto robo del escaño de Zapatero (realmente era publicidad sobre el Día Mundial de la Pobreza de una ONG) del que cabría preguntarse ¿no resulta agradecido que un vídeo genere debate más allá de su consumo en el actual flujo mediático en el que vivimos y en el que es tan dificultoso discernir cuáles contenidos son

realmente apropiados y coherentes? [8]

Otro contenido reseñable y reflexionable es la continua re-edición de fragmentos de programas de la televisión. Los usuarios han convertido a Youtube en una especie de reponedor constante de grandes momentos de la televisión. Es la traslación actualizada del zapping. Y la incógnita es: ¿hay usuarios grabando la televisión de forma continuada para al final del día revisar y capturar los grandes momentos? [9]

Incluso la posibilidad tecnológica de poder incluir fácilmente en tu web personal un vídeo de Youtube (a través de las tecnologías APIs) supone toda una ventaja para aquellos que quieran configurar programaciones específicas, que quieran hacer sus pequeñas televisiones personales, para compartir contenidos y para sobre todo para vivir/convivir mejor informados/formados.

Ahora bien, el modelo de participación ciudadana, de usuarios-creadores y de configuración de redes más allá de lo tecnológico, es algo que está muy por encima de Youtube. Ahondando un poco más en ciertas singularidades de su servicio podemos descubrir una serie de arritmias que nos hacen afirmar con seguridad que en realidad Youtube fomenta un modelo peligrosamente conservador y consumista.

Como ya hemos dicho, Youtube es una empresa. Y en estos momentos podemos afirmar que sus contenidos están sujetos a una lógica de mercado. En primer lugar, el cuestionable sistema de control para contenidos inapropiados hace que nos preguntemos por la esencia misma de “lo inapropiado”. Que una mayoría de usuarios decida que el hecho de que aparezcan unos genitales es algo inapropiado -con el siempre válido argumento de la protección infantil- puede ser tan subjetivo como mi consideración de inapropiado (a parte de indigesto) sobre escuchar hablar a Acebes en una convención del PP. ¿Cuál es el problema? ¿El vídeo? ¿O el contexto del



electrocardiogramadeyoutube

Felipe G. Gil

ZEM
OS
98

vídeo? Existen a través de esta lógica y amparados por los clamores populares de los usuarios “vetadores” un montón de contenidos que simplemente no existen en Youtube porque son “inapropiados”.

Por otra parte, la filosofía de Youtube se basa en otra de las premisas que hacen visibles en su web que es “ver sucesos actuales, encontrar contenidos sobre tus manías e intereses y descubrir vídeos estrafalarios e inusuales” . Lejos de ser una cuestión superficial, el hecho de que Youtube alente a sus usuarios a que compartan “cosas raras y personales”, está provocando gran cantidad de vídeo-hamburguesas que a parte de no cumplir ninguna función crítica o educativa, en muchos de los casos están fomentando modelos onanistas de expresión y contenidos que solo buscan el chiste fácil o la imagen impactante y sensacionalista. Claro que siempre puede aducirse que lo que se muestra somos nosotros...o sea, soy YO. Pero creo que no.

Porque es que además la doble moral inunda las entrañas de Youtube. Por un lado obligan a cualquier usuario que se registre a ceder TODOS sus derechos sobre los vídeos que suba a la web [10]. Es decir, Youtube es propietario de TODOS los vídeos que se suben en su web y de todos los contenidos alojados en la misma. Tal y cómo suena. Y tiene derecho a explotarlos comercialmente, a eliminarlos, etc. Pero por otra parte y paradójicamente han permitido durante mucho tiempo que esos mismos usuarios a los que despojan de sus derechos en unas interminables condiciones legales suban contenidos con Copyright. Vaya, ¿habrá sido quizás ésta una de las claves que han conseguido que Youtube sea tan conocido? ¿habrá significado que encontrarse con casi cualquier videoclip haya hecho que se multiplicaran ad-infinitum los ingresos en publicidad de Youtube? Entonces, cuando Youtube respondió borrando miles de vídeos porque varias grandes Marcas amenazaron con demandar a la web... ¿quería o no que los usuarios hubieran subido esos vídeos? Porque, ¿cómo puedo ser YO el protagonista de una web

en la que me utilizan para ganar más dinero, anulan todos mis derechos y encima no me permiten ver los vídeos que he subido porque dicen que infringe unas leyes de propiedad intelectual que ellos mismos han obviado durante un tiempo porque les interesaba?

Pues eso, que si la revista TIME quiere que YO sea el protagonista está claro que (la empresa) Youtube es un pésimo ejemplo. Y si quieren ejemplos de otros proyectos realmente colaborativos, que fomenten las redes sociales y que además proponga nuevos modelos narrativos en lo que cultura audiovisual se refiere...sólo hay que buscar...¡hay bastantes!

Notas:

- [1] <http://www.aporrea.org/actualidad/n88019.html>
- [2] <http://google.dirson.com/post/2885-google-compra-youtube>
- [3] <http://youtube.com/t/about>
- [4] <http://www.enriquedans.com>
- [5] <http://www.hectormilla.com>
- [6] <http://www.youtube.com/group/TakeBacktheCapitol>
- [7] <http://www.loquetuquierasoir.com>
- [8] <http://barrapunto.com/article.pl?sid=06/10/02/0912248>
- [9] <http://www.youtube.com/watch?v=jllueC5XgSU>
- [10] <http://youtube.com/t/terms>



propietarios del conocimiento

David Bravo

ZEM
OS
98

Web de referencia: http://filmica.com/david_bravo/

Abstract: David Bravo Bueno (20 de febrero de 1978, Sevilla), abogado especializado en derecho informático y especialmente en propiedad intelectual. Conocido por su participación en debates o tertulias para defender el derecho a compartir cultura y conocimiento, divulgando en qué consiste el derecho a la copia privada o el término copyleft, gracias a Internet y las redes de paridad (P2P) entre otras herramientas.



Los derechos de autor nacieron con la invención de la imprenta. En aquellos tiempos, el control de la expresión de las ideas era fácil porque muy pocos podían costearse los instrumentos necesarios para multiplicar las obras. Era a los que podían, a los editores, a quienes iban dirigidas estas leyes. Los ciudadanos no eran los destinatarios de las obligaciones y prohibiciones de los derechos de autor porque la posibilidad de reproducir obras intelectuales no estaba en sus manos.

Los avances tecnológicos ponen eso del revés. Las fotocopiadoras, los casetes y ahora los ordenadores e Internet han convertido en vapor la ya de por sí inmaterial obra intelectual. La posibilidad actual de hacer copias rápidas y baratas hace que hoy las leyes de propiedad intelectual tengan como principales destinatarios no a los editores sino a los ciudadanos.

El principal problema con el que se encuentra el afán privatizador que alientan

las empresas titulares de los derechos de propiedad intelectual está en la intangibilidad de las obras intelectuales. No todo es susceptible de ser una propiedad privada. De hecho, la propiedad intelectual es una ficción. Las leyes pretenden el imposible de que alguien pueda apropiarse de algo inmaterial como quien se apropia de un coche o de una casa. Cerrar la puerta es una forma muy sencilla de impedir a los demás el uso de mi vivienda, pero ¿cómo hacer eso con una canción que no está en ninguna parte y en todos sitios? Podríamos hacer leyes que dijeran que el aire es una “propiedad especial”, como lo es la intelectual, pero eso no impediría que la práctica común chocara con ese invento legal. Y eso es justo lo que ocurre hoy con la propiedad intelectual: la realidad social vuelve del revés a unas leyes que pretenden proteger un interés que se basa en una fantasía.

propietarios del conocimiento

David Bravo

ZEM
OS
98

Por más que los fanáticos del copyright se empeñen, la propiedad intelectual no puede compararse con el resto de propiedades sobre objetos materiales y tangibles. Las segundas son susceptibles de ser apropiadas, pero no las primeras. Las segundas son usadas por una persona con exclusión de las demás, mientras que las obras intelectuales pueden ser usadas por todos sin excluir a nadie. El intento de asimilar la propiedad intelectual al resto de propiedades tradicionales, hace inevitable y diaria la ocupación por parte de los ciudadanos.

P2P

La industria musical y cinematográfica ha emprendido una campaña de persecución contra los usuarios de estas redes. Este ataque pretende justificarse en que no hay nada que reprochar al hecho de morir matando. Una industria se desmorona y nadie puede recriminarle que el instinto de supervivencia haga que se lleve a unos cuantos inocentes por delante, ya sean niños o ancianos. Sin embargo, lo cierto es que esta estrategia ya se trazaba desde 1999 y en ambientes de optimismo por el ascenso de ventas. En aquellos tiempos la "lucha contra la piratería" era planteada sin pudor como una simple estrategia más para seguir creciendo económicamente. En la 10ª conferencia anual de la música latina organizada por Billboard los mercaderes de cultura se dieron palmaditas en la espalda congratulándose por las cifras record obtenidas por la música latina en EEUU y por "la perspectiva de que hay terreno para un crecimiento aún mayor". En medio de la celebración, Dopico, director del departamento de música latina de la RIAA, planteó que una "actitud agresiva contra la piratería" podría "incrementar el volumen de ventas".

Las redes P2P y los artistas musicales.

Con el contrato discográfico el artista cede al productor el derecho a fijar su interpretación y el derecho a reproducir, distribuir y comunicar públicamente esas fijaciones. El

royaltie es el precio de ganga por el que contratarás con la discográfica y que consiste en un porcentaje de los beneficios obtenidos por la venta de discos. El porcentaje no suele pasar del 8%, lo que te deja una cantidad suficiente para alimentarte siempre que sea a base frutos secos.

El editor, una especie de manager de los autores que por lo general está vinculado a una discográfica, se hace titular de tus derechos de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación, y se encarga de "mover" tu obra a cambio de un porcentaje de los beneficios que genere. Ese porcentaje suele ser del 50%.

Hay quien confunde la música con su soporte. La música está mejor que nunca porque nunca tuvo esta difusión. Además económicamente tampoco se puede decir que le vaya mal. Todos los conceptos por los que se gana dinero a través de la música están experimentando más ingresos al mismo ritmo al que crecen los melómanos. El merchandising, la venta de revistas especializadas, los derechos generados por la comunicación pública de las obras y, sobre todo, los conciertos que han aumentado en los últimos cinco años en casi un 80%. De hecho, la SGAE cerró su penúltimo ejercicio con una recaudación de 300`76 millones de euros, que es el record absoluto de esta entidad en toda su historia. El año siguiente batió su propio record.

La encuesta Pew Internet and American Life Project dice que la mayoría de los músicos de EEUU cree que desde que existe Internet ganan más dinero que nunca. Del estudio "Ingresos de los artistas y 'copyright'; una revisión de datos de las industrias musicales alemana y británica en el contexto de las nuevas tecnologías" se deduce que la base económica que sustenta al 90% de los músicos de los que nunca se habla, son las fuentes indirectas como la docencia, las conferencias y los conciertos. Si eso es así, para ese 90% es un buen negocio el descenso de la venta de discos a cambio de la popularidad que consiguen a través de los intercambios en Internet que hacen que aumenten todos los demás conceptos, que conforman su verdadero sustento. El último



propietarios del conocimiento

David Bravo

ZEM
OS
98

estudio relevante es del Rufus Pollock, que asegura que con el intercambio en P2P el 25% de los músicos correspondiente a los que más ventas tienen venden ahora menos pero que el 75% restante venden ahora más.

Hace unos meses algunos músicos como Ivan Ferreiro declararon que la difusión de la música por Internet les beneficiaba porque aumentaba el número de directos. ¿Cómo reacciona la industria ante esta osadía de dar tu opinión y decir qué te favorece y qué no? La reacción es sencilla: obligarte por contrato a pensar distinto. No son pocos los contratos discográficos y editoriales que incluyen actualmente una cláusula que obliga al artista y al autor a hacer “campaña contra la piratería”. La justificación que dan desde algunos sectores es que hay algunos músicos que están posicionándose a favor de las descargas y nada mejor que parar la disidencia por contrato.

Las redes P2P, el Código Penal y la actual Ley de Propiedad Intelectual

Como sabemos en España diferentes campañas aseguran que la descarga de obras intelectuales es delito. Según un artículo reproducido en la web de la ACAM, “hacer una copia de un CD para dársela a otra persona (a un amigo) o mandarle las canciones por e-mail sí es una práctica penalmente perseguible. [...] “Asimismo, tampoco está permitido difundir la música sin permiso del autor. Podría castigarse penalmente, por ejemplo, poner CD’s grabados en una fiesta”. Como puede comprobarse, no se refiere a una fiesta que tenga necesariamente un fin lucrativo, sino que tu fiesta de cumpleaños podría valer para asignarte una celda a prisión completa. Como saben los que algo saben de Derecho Penal, si una práctica es generalizada no puede ser nunca delictiva. Los Códigos Penales que no han sido escritos por el Tercer Reich no se encargan de excluir a sectores sociales completos, sino que solo están previstos para esos pocos que deciden hacer lo que la sociedad ha

resuelto considerar como claramente repudiable.

Descargar obras intelectuales de una red P2P no es delito si se carece de ánimo de lucro. El ánimo de lucro al que se refiere el artículo 270 CP no puede interpretarse de forma amplia de tal manera que exista sólo con el hecho de que obtengas cualquier provecho, ganancia o utilidad. Hay que recordar que el Código Penal se rige por los principios de intervención mínima y de proporcionalidad.

Es cierto que existen sentencias del Tribunal Supremo que interpretan el lucro como cualquier beneficio, ventaja o utilidad que algo te reporte pero también lo es que esas sentencias a las que apelan tantas veces los juristas de la industria discográfica y cinematográfica se han dictado mayoritariamente en casos de hurtos o robos. En esos casos es obvio que no sirve de nada defenderte alegando que no tenías ánimo de lucro porque el Ferrari que has robado era para tu propio uso y no para venderlo. El coche te reporta un evidente incremento patrimonial y, por lo tanto, ese beneficio, ventaja o utilidad que te aporta el coche es, en sí mismo, un lucro. Ese razonamiento no puede trasladarse sin más del mundo físico a las copias. No eres más rico por realizar una copia, tu patrimonio es el mismo aunque te pases la noche descargando discos.

Esa teoría que interpreta el lucro de forma expansiva desemboca en conclusiones absurdas. De seguir este razonamiento el derecho de copia privada sería impracticable puesto que toda copia sería delictiva porque siempre te daría alguna utilidad. Del mismo modo, y continuando con esa lógica, debe concluirse que el derecho de copia privada es aquel que permite al ciudadano realizar todas aquellas copias que no le sirvan para nada, que es algo así como tener el derecho a beber aire, el derecho a curarte la enfermedad que no padeces o el derecho a abrigarte cuando hace calor.

Queda por analizar si la descarga mediante redes P2P, pese



propietarios del conocimiento

David Bravo

a no ser un delito, incumple la Ley de Propiedad Intelectual. En ese caso habría que distinguir dos supuestos: aquellas copias que se realizaron con anterioridad a la entrada en vigor de la nueva Ley de Propiedad Intelectual y las que se hicieron con posterioridad a esa fecha. En mi opinión las primeras son absolutamente legales al estar incluidas dentro del derecho a la copia privada establecido en el antiguo artículo 31.2 LPI. Coincide con esta postura la reciente sentencia del Juzgado de lo Penal nº 3 de Santander que, aunque no habla expresamente de descarga mediante P2P, declaró como hecho probado que el acusado descargaba obras intelectuales de Internet que después ofrecía o cambiaba a otros usuarios de Internet y en todo caso sin mediar precio. Ante esos hechos probados la jueza estima que no existe delito y además entiende que esa actividad se incluye en el derecho a la copia privada. Por lo tanto, según esta sentencia esa conducta tampoco contraría la LPI.

Sin embargo, las copias realizadas con posterioridad a la entrada en vigor de la nueva LPI, aun no siendo delictivas por no concurrir el ánimo de lucro, se encuentran en una situación jurídica mucho más delicada que hace unos meses. La reforma de la LPI establece ahora que se considera copia privada únicamente aquellas que se hagan “a partir de obras a las que haya accedido legalmente”. Esta definición, por su vaguedad, deja en una total inseguridad jurídica a los usuarios de estas redes. Habrá que esperar por tanto a ver qué interpretación hacen los jueces de la expresión “acceso legal”. Además de ello, la inclusión del nuevo derecho de puesta a disposición, parece haberse incluido expresamente para considerar comunicación pública no autorizada, y por tanto ilegal, la subida de datos automática que se realiza desde este tipo de redes de forma simultánea a la descarga.



el sonido como patrimonio cultural inmaterial

escoitar.org

ZEM
OS
98

Web de referencia: <http://www.escoitar.org/>

Abstract: Escoitar es un proyecto del Cluster Artesonoro.org cuyo equipo principal de trabajo está formado por Juan-Gil (musicólogo), Horacio González (programador y artista sonoro), Berio Molina (programador y artista sonoro), Julio Gómez (gestor cultural), Carlos Suárez (musicólogo) y Chiu Longina (antropólogo).

Palabras clave: mashup, sonido, comunidad virtual, open source, cibercultura, weblog, paisajismo sonoro, ecología, bioacústica.



Introducción

Escoitar.org es una comunidad en red abierta cuyo principio fundamental es la libertad, (frente al máximo beneficio). Pretende contribuir a la generación de nuevos modelos de sociedad adaptados a las condiciones sociales actuales. Para Escoitar.org la innovación se fortalece si se comparte, (todo lo que no se da se pierde), ese es el principal valor de este proyecto comunitario con una importante dimensión ética basada en el compromiso y en el valor de la cooperación.

También reflexiona sobre en que medida el espíritu open source empieza a llegar a los componentes esenciales del poder; en que medida la movilización de recursos, fuera de las instituciones del estado, contribuyen a diluir el poder de las corporaciones y cuestionan la teoría económica del valor. Este proyecto se

sube al barco de la dinamización social apoyando la fuerza y la garantía que ya ofrecen otras comunidades en red. Se sitúa en contra de las posiciones neutrales y, al mismo tiempo, reflexiona sobre los peligros del fundamentalismo tecnológico. Paradójicamente, presenta las opiniones de todas las frentes sociales sin someterlas a juicio. La cultura es una construcción social dinámica y relatar/ registrar su tiempo real es otro de los objetivos del proyecto. El patrimonio sonoro de un lugar debería ser consensuado por sus habitantes, es por ello que Escoitar.org facilita una herramienta que puede ayudar a materializar este tipo de actitud. [FIN DE INTRODUCCIÓN]

La obsesión occidental por favorecer los aspectos visuales de la cultura ha provocado el menosprecio de otras capacidades perceptivas, como el oído,

el sonido como patrimonio cultural inmaterial

escoitar.org

ZEM
OS
98

relegando a un segundo plano aquellas experiencias existenciales consideradas menos significativas, en gran parte, por su carácter efímero.

No obstante hemos asistido a lo largo del siglo XX a un creciente interés por el fenómeno sonoro más allá de la música y de la física acústica en el que los sonidos medioambientales se revelan como un interesante objeto de estudio interdisciplinar (antropología, ecología sonora, bioacústica, ciencias cognitivas, arquitectura, creación artística...)

Ya sean naturales o una construcción producto del funcionamiento de las sociedades modernas, los sonidos que nos rodean forman parte inevitable de nuestras vidas y de nuestra memoria colectiva, presentándose como un material inestimable para la comprensión de las culturas y las sociedades que los producen, los utilizan o los perciben.

Por esta razón, la actitud hacia el sonido de un lugar no sólo debe ser positiva, si no que debe de estudiarse para identificar aquellos componentes que merece la pena conservar, o, incluso, restaurar.

El interés por el Paisaje Sonoro es relativamente reciente y apenas se ha estudiado desde el punto de vista artístico y cultural.

El grupo de investigadores que bajo el nombre de World Soundscape project surgió en la Universidad Simon Fraser (Vancouver) a finales de los sesenta de la mano de M. Schafer y B. Truax presentaba una propuesta pionera - "documentar y archivar paisajes sonoros, describirlos y analizarlos, y promover un aumento del conocimiento público a través de la escucha y el pensamiento crítico"- que desde entonces se ha enriquecido con diferentes enfoques-. Instituciones como el WFAE (world forum for acoustic ecology) [1] o el Acoustic ecology institute [2], proyectos como Acoustic Environments in Changes [3], Soundtransit [4] o Earth Ear [5], grupos de trabajo como CRESSON (Centre de

recherche sur l`espace sonore et l`environnement urbain) [6] o Ciudad Sonora [7], los textos de Y. Leroy, J. F. Augoyard, B. Krausse, A. Corbin o las obras de numerosos artistas como B. Truax, B. Fontana, H. Westerkamp o A. McCartney son sólo algunos de los ejemplos del creciente interés que suscita la idea de "paisaje sonoro" en su multiplicidad de perspectivas.

Una aproximación al sonido de un lugar es una aproximación a su patrimonio inmaterial, que se puede recoger con fines estrictamente documentales, o, en el caso de "Escoitar.org", como materia bruta para su posterior análisis cultural y para suscitar debate y cooperación en la red. Exponer sonido en una instalación artística o en un proyecto en red es, en realidad, contar el "paso del tiempo", sincronizar la línea del tiempo universal con ese momento y esa situación.

Los sonidos son materiales no renovables y el hecho de capturarlos y exponerlos supone una prolongación de su vida, generando nuevos espacios vivos y mutantes. Percibir, comprender y concebir nuestra identidad sonora, la de nuestros lugares, su coherencia y su idiosincrasia es un ejercicio necesario y saludable.

Encontrar el equilibrio bioacústico de un lugar, crear retratos o "Postales Sonoras", y construir un mapa de situación (online) y una descripción de estos lugares a través de su paisaje sonoro contribuye a la construcción de la identidad de una zona geográfica -el sonido como patrimonio, el sonido como documento histórico-. Todo gracias a las posibilidades que ofrece la red como sistema horizontal y democrático.

Con este fin el Proyecto Escoitar.org ha desarrollado un software dedicado a la publicación libre de paisajes sonoros (Social Soundscapes) que permite a cualquier usuario participar subiendo audio al sistema, colocándolo automáticamente en el lugar geográfico en el que ha sido grabado.



el sonido como patrimonio cultural inmaterial

escoitar.org

ZEM
98

Basado en las APIs de Google-Map, (Googlemap hack) el usuario puede navegar por el mapa google hasta encontrar el lugar donde hizo su grabación de campo. Haciendo click en dicho lugar, el software diseñado localiza automáticamente la latitud y la longitud de manera que el resto de internautas pueden localizarlo y escucharlo.

Notas

[1] “Espectro multidisciplinar de individuos implicados en el estudio de los aspectos sociales, culturales y ecológicos del ambiente sonoro”.

[2] “Aumentar el conocimiento personal y social de nuestros medioambientes sonoros, a través de programas educacionales en escuelas, eventos regionales, y nuestro sitio web internacionalmente reconocido, AcousticEcology.org, un centro de información sobre temas ambientales relacionados con el sonido e investigación científica”.

[3] “Proyecto internacional multidisciplinar que estudia los cambios de los paisajes sonoros en seis poblaciones europeas en el que participan investigadores, artistas, periodistas, habitantes locales y pioneros canadiense del estudio de los paisajes sonoros”.

[4] “Comunidad online colaborativa dedicada al campo de la grabación de campo y a la fonografía. En este lugar, tu puedes planear un viaje sonoro a través de varias localizaciones grabadas alrededor del mundo, o puedes buscar en la base de datos sonidos específicos grabados por distintos artistas de ciertos lugares”.

[5] “Sitio diseñado como un espacio-instalación experimental en el que puedes navegar a través de galerías que proporcionan diferentes estilos de paisajes sonoros medioambientales artísticos”.

[6] “Laboratorio que investiga sobre los entornos sensibles y sobre los ambientes arquitectónicos y urbanos [...] Enfocado en principio al estudio de los espacios sonoros, el laboratorio ha ampliado, a partir de los años 90, sus investigaciones a las múltiples dimensiones de la percepción sensible in situ. Los

investigadores abordan los fenómenos luminosos, térmicos, olfativos, hápticos y cinéticos”.

[7] “Grupo de investigación entorno a la dimensión sonora de la vida social, que agrupa a profesionales de diversos ámbitos (antropología, psicología social, arquitectura, acústica, etnomusicología, diseño) y tiene como objetivos crear una red de proyectos de investigación relativos al sonido e a la investigación social, desarrollar una dinámica de investigación permanente sobre el sonido y sus condiciones perceptivas, políticas y estéticas e incentivar y participar en el desarrollo de acciones e intervenciones con el fin de visibilizar el aspecto sonoro de la vida urbana”.



televisión2.0

Cyril Fievet

ZEM
98

Web de referencia: <http://www.nanoblog.com/>

Abstract: Cyril Fievet es ingeniero informático y vive en París, Francia. Consultor y empresario, ahora más dedicado a la labor de periodista y blogger, especializado en tecnología y su impacto en sociedad.

Palabras Clave: cibercultura, comunidades virtuales, cortometrajes, media-activismo, medios, narrative media, televisión, vídeo, weblogs



En el proceso de investigación que genera el colectivo zemos98.org para llevar a cabo su octava edición del festival (del 14 al 18 de marzo 2006) nos encontramos con este artículo en InternetActu, aunque pueda ser diferente al contexto español (o estar “algo anticuado”) hemos querido traducirlo y desde aquí nuestro agradecimiento a su autor por el permiso para realizar esta obra derivada, aunque el permiso ya estaba concedido.

La TDT, en Francia, ha reavivado las pasiones sobre la televisión, además de los viejos debates entre los usuarios tradicionales y los defensores de las televisiones ciudadanas y locales. De manera que no será ahí forzosamente donde se sitúen las verdaderas posiciones de la televisión de pasado mañana, que podrá ser profundamente diferente a todo lo que conocemos hasta el momento.

Podríamos decir que la televisión no ha evolucionado mucho en estas últimas

décadas, o más exactamente, los medios de acceso a ésta (satélite, cable, multidifusión) más que la televisión en sí misma, o más que los programas televisados, que han evolucionado. El lanzamiento de la Televisión Digital Terrestre (TDT - TNT en Francia) en el pasado marzo de 2005, a pesar de que se trate de un acontecimiento histórico, ha fracasado en algún momento: encontramos en los 14 canales disponibles un buen número de cadenas existentes, así como la mayoría de los habituales del PAF (acrónimo del paysage audiovisuel français). Y si la calidad de la televisión digital y el precio de la oferta pueden parecer atractivos, es sin duda mucho menos verdadera la diversidad de los programas difundidos por esta vía, en particular cuando se trata de la televisión local.

Por tanto, todo esto es doblemente paradójico. En principio porque el lanzamiento de la TDT puede dar la impresión de una “falsa novedad” acentuada, más generalmente, con la impresión de que la televisión no cambia

“verdaderamente”. Se convierte en digital y en más accesible, sin duda alguna, pero el objetivo no es realmente el de modificar ni los programas, ni a quienes los hacen, y no buscamos ni mucho menos en sacar partido a los nuevos vectores de difusión, principalmente de internet.

Esta constatación es igualmente paradójica en la adhesión que muestran las televisiones locales y alternativas a invitarse a la parrilla de la TDT. Para una televisión local ¿cuál puede ser el interés de aparecer en la parrilla de la TDT? Es cierto que nos puede resultar chocante, como lo pone de manifiesto Gilles Crémieux, que los habitantes de Burdeos o de Lyon tengan acceso en la TDT a 14 canales nacionales, pero no a la televisión local (TV7 para Burdeos y TLM para Lyon). Pero también nos puede llamar la atención la distinción aparentemente clara entre la “televisión tradicional” (sea o no TDT) y las otras vías posibles como son la TV por ADSL o la televisión a través de internet. ¿Seguirá teniendo sentido dentro de algunos años querer ser difundido absolutamente en una red digital hertziana?

El ejemplo de “Tele- Plaisance” (Tele-ocio) es, desde este punto de vista, interesante. Una de las más antiguas “televisión-libres” francesa, “Tele - Plaisance” multiplica las experiencias “tele-visuales” desde 1997, a golpe de emisiones (algunas veces piratas) producidas en apartamentos (o en sótanos...) y difundidas más o menos legalmente a través de la red hertziana. En 2003, perplejos por las coacciones de la CSA (Consejo Superior del Audiovisual Francés), la televisión tomó la decisión: “¡mejor difundir en internet!” nos explican para justificar la paralización en la difusión hertziana. Pero estas alteraciones no se quedan aquí, Tele-Plaisance está entre una de las primeras que van a figurar en la parrilla de la TV por ADSL gratuita. Dicho de otro modo, después de haber sido una cadena hertziana, más tarde difundida exclusivamente a través de la web, Tele-Plaisance vuelve a ser una “televisión verdadera”, pero difundida vía ADSL.

En el núcleo de la cuestión, este recorte “forzado” entre televisión tradicional y otros modos de difusión puede resultar llamativo.

Debido a que por muchos aspectos, es fácil anticipar el hecho de que la televisión, en su sentido más amplio, está a punto de conocer una revolución de una amplitud sin precedentes, al lado de la que la llegada de la TDT podría ser una mera anécdota.

Cuando la televisión explota

A pesar de las apariencias, el paisaje audiovisual francés y extranjero está en efecto en profunda mutación. Numerosos ejemplos lo atestiguan.

El primero es sin duda el proyecto de Current.tv. Este último, es una iniciativa ambiciosa, lanzada por muchos empresarios y especialistas en medios, entre los cuales figura Al Gore, ex vicepresidente de los Estados Unidos, si hacemos memoria, uno de los entusiastas promotores del desarrollo de internet. Current.tv es una cadena de televisión (en el sentido clásico del término), difundida por cable a 20 millones de hogares, en la que el contenido sin embargo es producido por una gran parte de los mismos espectadores. Esta “primera red nacional creada por y para aquellos de 18-34 años” propondrá 24h/24 a partir del mes de agosto de 2005 “programas independientes” sobre todo en formato corto (de 15 segundos a 5 minutos). “Internet ha abierto las compuertas a los jóvenes, en el que sus pasiones pueden ser por fin entendidas, pero la televisión no los ha seguido. Los jóvenes adultos tienen una voz fuerte, pero esta por el momento no se hace sentir en la televisión”, explica Al Gore, añadiendo que él trata de “dar a la televisión la misma fuerza de expresión que la web” y al mismo tiempo “transformar la televisión al igual que los medios”.

Concretamente, este anclaje resuelto en la “net culture” tomará la forma de un sitio web dedicado a videastas



televisión 2.0

Cyril Fievet

ZEM
OS
98

amateurs donde enviar sus videos, y en el que los mejores serán difundidos en la web en formato comprimido además de la difusión por cable a los televisores. Este anclaje cultural, se manifiesta igualmente en la sociedad con Google que propondrá también las emisiones en formato corto, en un programa llamado "Google Current". Estas emisiones de una duración de 30 segundos a tres minutos, difundidas todas las horas a media, explicarán "lo que los usuarios de Google buscan en un momento determinado". En otras palabras "televisaremos" lo que pasa en la web, en tiempo real.

Esta sociedad marca una etapa de las menos notables de la evolución de Google, que se convierte en un buen productor de emisiones televisadas. Se inscribe, por el resto, en una serie de anuncios y experimentos que dejan pocas dudas en cuanto a las ambiciones de la empresa en materia de vídeo. Después de haberlo lanzado hay desde hace algunas semanas un servicio de video, permitiendo la búsqueda entre millares de videos publicados por las principales cadenas televisivas, Google propone algunos días después, en versión beta, un servicio que va más allá. Este "Video Upload Program" permite a los internautas que lo deseen colgar sus propios videos personales en Google. "Nuestra misión es organizar la información mundial y ofrecerla de un modo útil y accesible", nos recuerda en la web, invitando a los aficionados a mandar sus propios videos, "sea cual sea el formato, su duración y su contenido" (excluyendo las imágenes con contenido pornográfico). Google no precisa claramente cual será la suerte que correrán estos archivos, pero indica que vendrá a aumentar el flujo de los videos que provienen de las televisiones, y que los productores podrán elegir difundir sus imágenes de una forma remunerada.

Tratándose de Google, que gestiona por el momento uno de los más grandes servicios de blog mundiales (Blogger, acreditado por ocho millones de blogs), podemos pensar que el video se inscribe en una continuidad lógica, marcando la llegada del "ciudadano-reportero", produciendo él mismo

su contenido, en todas las formas disponibles.

Esta lógica, defendida con rigor por algunos periodistas y bloggers de prestigio, da lugar de momento a muchas iniciativas de envergadura, principalmente, la apertura el mes pasado del servicio OurMedia. Éste, seguido de una gestión OpenSource y benévola, tiene visos de convertirse en una plataforma privilegiada para todos los internautas que deseen publicar informaciones, ya se trate de textos, de fotos, de imágenes o de videos. "Video-blogs, álbumes de fotos, videos personales, podcasting, documentales periodísticos, folletines políticos, clips musicales, entrevistas, historias, cuantos para niños, animaciones en Flash, películas de estudiantes- todo tipo de obras digitales han comenzado a florecer, mientras que internet aumenta su posición de gran medio en el que nos reunimos para informarnos, divertirnos o enriquecernos mutuamente", leemos en la web. Un mes después de su apertura, el servicio ha atraído a no menos de 13000 miembros que difunden por esta vía, sobretodo, una buena treintena de videos de aficionados cada día. Este "medio en el que todo el mundo produce y posee" se inspira directamente en el servicio coreano OhMyNews, el primer ejemplo del género, con más de 40000 "ciudadanos- reporteros" y al que se refieren numerosos usuarios de las blogosfera (así como los creadores del proyecto Current.tv sin grandes aspavientos).

Podemos mencionar igualmente Brightcove, fundada en marzo por Jeremy Allaire, quien piensa "transformar Internet como nosotros lo conocemos" proponiendo un "servicio de televisión internet innovador" para todos los productores de televisión y de video que deseen difundir sus contenidos en la red. O incluso la "Participatory Culture Foundation", una iniciativa militante que tiene visos de convertirse en una plataforma de televisión y de video por Internet libre y gratuita, en la que "todo el mundo pueda difundir videos en pantalla completa para millares de espectadores y con un coste insignificante". Este proyecto es uno de tantos otros, como "DV Guide" que difunde en la



televisión 2.0

Cyril Fievet

ZEM
OS
98

red videos a través de las P2P (consultar nuestro artículo "Televisión: el verdadero impacto de las P2P"). Observemos al fin, en Francia, la apertura reciente de "Daily Motion", un servicio que permite a los internautas publicar on line videos de aficionados.

La televisión , ¿princesa caída?

Pero qué es el verdadero contenido, cuando dividimos los modos de producción, lo es igualmente en las terminales. Y no es la menor de las mutaciones: la televisión bien podría dejar de ser la terminal privilegiada para ver imágenes televisadas y /o videos de toda naturaleza.

Lo sabemos, a través del desarrollo de la 3G, los operadores de telefonía tienen en su punto de mira "la televisión en los móviles" (sobre los aspectos técnicos de la cuestión, podemos consultar el libro blanco publicado recientemente por la Alianza TICS, PDF). Otro de los servicios propuestos a los particulares por Orange y SFR, está a la orden del día en experimentación. SFR presentaba por ejemplo, en el Salon de la Nouvelle Ville organizado por la Asociación de Ayuntamientos de L` Ile -de- France, un proyecto de televisión local a través de móviles, "Rosny TV" destinado a los habitantes de Rosny-sous Bois. Una primicia. Muchas otras empresas, por supuesto francesas, ya están especializadas en la producción de contenido televisual para las plataformas móviles. Es sobre todo el caso de Sporever, en el campo de la cobertura de acontecimientos deportivos. La empresa, cofundada por el antiguo director de deportes de France Télévisions, Patrick Chêne, fue recompensado tras la última edición de Capital-It por su "fuerte potencial de desarrollo", que podría tal vez concluir próximamente con una entrada a bolsa.

Punto de divergencias de esta evolución que toca tanto los contenidos como los continentes, es el servicio "MSN Video Download", lanzado por Microsoft hace algunos días, propone bajar videos en las terminales móviles -

smartphones, PDA o reproductores de video- equipados con Windows Mobile (en contra con la terminal móvil Zen de Creative). Los contenidos propuestos provienen tanto de las grandes cadenas de TV tradicionales (CNBC, Fox,...) como de las web-TV y otros servicios de difusión de videos en la red (iFilm, por ejemplo). El servicio, limitado hasta ahora para los usuarios estadounidenses, necesita del abono de 20\$ al año (y no por mes como algunas veces han escrito nuestros colegas).

Y podemos seguir dando ejemplos. A penas introducida en el mercado, la PSP, nueva consola portátil de video juegos de Sony, parece dar lugar a su primer desvío de uso. La consola, siendo capaz de leer videos (MPEG-4) ¿por qué no hacer una terminal susceptible de leer flujos televisados y otros video-blogs? Las primeras soluciones que permiten convertir los archivos de video para leerlos en la consola ya han aparecido. Hablamos igualmente de "PSPcasting" por analogía al podcasting, para diseñar soluciones que permiten bajarse archivos (utilizando BitTorrent y RSS, igualmente), convertirlos y guardarlos en la PSP para visulizarlos ulteriormente.

De la convergencia a la divergencia

Todos estos ejemplos parecen claramente enunciadores de un cambio profundo. Estamos en el punto de salir del paradigma según el cual un puñado de individuos producen las imágenes de video para centenas de millones de otros que los miran en su televisor, para entrar éstos en un paisaje audiovisual extraordinariamente proteiforme, en el que todo el mundo -o casi todo- es potencial y simultáneamente productor y espectador de imágenes, a través de una multitud de terminales y redes.

Algunos observadores subrayan esta transformación del "consumidor" en "pro-sumidor", un consumidor/productor de información. Otros ponen de manifiesto la riqueza de estos nuevos medios, en el que los perfiles se dibujan en nuestros



ojos. Explicando el concepto de podcasting en septiembre de 2004, Doc Searls escribía: “El podcasting nos va a alejar de los antiguos medios, en los cuales pasábamos nuestro tiempo esperando eso que queríamos escuchar y como queríamos también permitir a otros que lo escucharan”. Podemos decir lo mismo del video, y está bien eso que deja entender Bernard Gershon, director de la división de medios digitales de ABC News: “todos estos nuevos medios de difusión del contenido van a presionar a los antiguos modelos y conducir a hacer las cosas de otra manera” (citado por Cnet, que construye de momento un vasto dossier sobre el futuro de la televisión, en todas sus formas). “Tú solo puedes salvar la televisión” explica en cuanto a él Chris Anderson, autor de “Larga cola” estimando, que “la evolución de la televisión es el mejor ejemplo del paso de una era anticuada a una nueva era”, la televisión “nos implora a reinventarla”.

Ciertamente, podemos argumentar que todo esto no es para mañana. Como lo subrayan los defensores de las televisiones locales o alternativas, la difusión hertziana retrasa la “vía real” para tocar de manera eficaz a los millones de hogares. “La TDT regional es la mejor difusión para una televisión asociativa o no, puesto que la información a través de la televisión en antena (antena en el tejado) sigue siendo la más importante, permite a los canales tener el must carry (obligación de todos los operadores de retomar la señal de las cadenas locales) y también tener las ayudas y subvenciones de la Cocirep, de CNC, etc” subraya Navarro, creador de Télé-Plaisance.

Sin embargo la mutación está ya en curso. En una perspectiva a cinco o diez años, me parece difícil imaginar que la televisión siga existiendo en su forma actual. El fenómeno de los blogs, que se cuentan ya en decenas de millones, no marca sino los albores de los nuevos usos, perfilando un paisaje en el que todo internauta que lo desee pueda expresarse y hacerse oír. La generalización de los altas conexiones (ADSL, ADSL +, 3G, Wimax, fibra óptica),

la democratización de cámaras de vídeo digitales (con los que serán equipados también los teléfonos móviles), la abundancia de almacenaje, la diversidad de soluciones de publicación y de montaje de video simples y potentes, todo eso no puede sino entrañar un cambio de los modos de producción y difusión de los vídeos.

En un primer análisis, podríamos de alguna manera creer que la llegada de una forma de “convergencia” se nos había anunciado millones de veces. En realidad, es mucho más una “divergencia” la que se perfila en el horizonte. No se trata de difundir en una terminal unificada los flujos de orígenes diversos, sino de admitir que diferentes terminales serán utilizados para captar, producir y difundir contenidos de todas las naturalezas. Las ofertas de TV por ADSL lo muestran a su manera: ninguna permite al usuario visualizar los flujos televisivos en su ordenador, por tanto directamente enchufados a su módem ADSL; todos necesitan un televisor.

En este “nuevo mundo”, sería por tanto simplista imaginar una separación marcada, entre la “verdadera” televisión, de la otra televisión en Internet. O entre la televisión, reservada a los programas habituales, y los móviles utilizados para ver los contenidos distintos. Esta mutación se resume en una frase: la televisión se desestructura. Esta evolución no dará seguramente cabida a mundos bien delimitados, sino a superposiciones parciales, en términos de uso, de difusión y de terminales. Ciertos programas estarán disponibles en todas las plataformas, otros producidos para una plataforma determinada. Ciertos terminales móviles captarán las ondas hertzianas, en pro de ser capaces de conectarse a internet, o a otros terminales móviles que se encuentre próximos, formando así redes locales instantáneas.

Otro aspecto edificante de esta divergencia tienta a los usuarios de este mercado. Algunos elementos tradicionales prueban experiencias de hecho notables. Es el ejemplo del caso del canal BBC, que anunció en el febrero pasado (2005) su servicio de descarga on line de videos de sus



televisión 2.0

Cyril Fievet

ZEM
OS
98

emisiones, en P2P (a través de un lector desarrollado para esta medida "Interactive Media Player") y para un uso libre durante una semana. O incluso la MTV, en el que el servicio "[Overdrive-<http://www.mtv.com/overdrive/>]" permite la descarga gratuita on line de sus emisiones. Pero, para lo esencial, los usuarios tradicionales -incluyendo, curiosamente, a los usuarios del mundo de las televisiones alternativas - están bastante apartados de la "nueva televisión" que se perfila en el horizonte. Y, hoy en día, todos los ejemplos más prometedores de la emergencia de una nueva televisión emanan de "pure players" de internet, de start-ups o de iniciativas colectivas y ciudadanas. (Sobre otro aspecto, no es anodino constatar que en materia de TV por ADSL, Free está en posición de liderazgo, con 300000 usuarios de los que 75000 acceden a canales de pago, después de las cifras anunciadas por Michaël Boukobza, director general de Free, en el seminario "TV y Video en Internet" organizado por la Universidad Dauphine a finales de marzo).

Transformándose de manera profunda, el paisaje audiovisual presenta hoy serias oportunidades para nuevos emprendedores. Conduce también a la mezcla de los géneros. Las nociones del productor, del difusor, del distribuidor y también del "telespectador" se tornan de más en más borrosas. Y finalmente, nos venimos a preguntar si la televisión del siglo 21 merecerá todavía el nombre de "televisión". Visionando los programas cotidianos de un video-blogero en un servidor digital, ¿estoy a punto de vivir una experiencia televisual? Indexando y haciendo accesibles on line millares (o millones) de horas de programas de video provenientes de cadenas clásicas o de internautas, ¿es Google un nuevo difusor? Incitando a los ciudadanos a producir, publicar y compartir sus contenidos on line, OurMedia ¿puede convertirse en un estudio de creación audiovisual de un género nuevo, mundial, abierto a todos, y poseído por todos?

Estas preguntas encontrarán respuestas naturales con

los usos que no dejarán de aparecer. Pero conviene no olvidar que lo que condiciona la TV de mañana no son los contenidos, los informes o los modos de difusión, sino los modelos económicos. Desde este punto de vista, lo que contará será la audacia de los anunciantes, las estrategias de los operadores de telefonía, el posicionamiento de FAI y de los grandes usuarios de internet en la cadena de valor, y la implicación de los "espectadores convertidos en productores" para hacer vivir en los medios alternativos un género nuevo.

Sea lo que sea, esta "versión 2" de la televisión está en curso de desarrollo. Y yo apuesto que será bien diferente de la que conocemos hasta hoy, que no ha evolucionado mucho que digamos -en el fondo- después de 50 años.

TDT, las Tv locales lo quieren ser

Varios responsables de las televisiones locales y/o alternativas se han expresado con severidad acerca del lanzamiento de la TDT.

Guilles Crémieux, fundador de la cadena "Clermont1st" que se difunde en Clermont-Ferrand desde hace cinco años, explicaba en el diario Libération que "las televisiones locales se asustan" y lamentaba la ausencia total de televisiones alternativas locales en la TDT. También mostraba su opinión sobre Téléplaisance. El creador de la cadena, Navarro, lamenta las elecciones relativas a la TDT: "No hacemos otra cosa que abrir las ondas a los mismos jefes de empresa que podemos a través de cable y satélite, por tanto casi los mismos programas y creaciones audiovisuales".

El CSA asegura sin embargo querer ampliar el campo de los programas difundidos por la TDT y actualmente procede a la auditoría de una treintena de proyectos. Entre éstos figura Zalea, una de las más antiguas televisiones alternativas, o también "Proxyvision", un proyecto de televisión local presentado por la federación de Vidéos des Pays et des



televisión 2.0

Cyril Fievet

ZEM
OS
98

Quartiers (VDPQ) (Videos de Países y de Barrios), que reagrupa una veintena de asociaciones y de televisiones alternativas.

Zalea ha pasado la auditoría de la CSA (hoy mismo) y desde el principio, desde el 2002 ha sido candidato a primer proyecto de TDT. Para VDPQ, la TDT debe ser un vector para difundir voces alternativas. “ El proyecto ha sido presentado para no dejar todo el campo a las televisiones comerciales, y para mostrar la diversidad del paisaje audiovisual asociativo. Se tratará por tanto de mostrar que las televisiones asociativas existen, que son múltiples y diversas... y que falta compromiso por parte del Estado (es decir, falta de apoyo con fondos), todas estas iniciativas carecen de visibilidad”- leemos en el blog de la VDPQ. Para l` Humanité, que recuerda que el impuesto de explotación de una cadena hertziana se eleva a los 2,5 millones de euros por año, “esta candidatura pretende ser un acto político simbólico”.

Notas

Artículo original publicado en InternetActu
Traducción: Rebeca Carrillo



la experiencia de la educación del arquitecto en un entorno "web 2.0"

Édgar González

Web de referencia: <http://www.edgargonzalez.com/>

Abstract: Edgar Gonzalez es arquitecto por el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente ITESO Guadalajara, México 1996. Ha trabajado como diseñador Gráfico/Editorial en: Architectural Association London, Phaidon Press, The Economist, The Guardian Group. Ha colaborado como arquitecto con Zaha Hadid Architects y Arquitecturas TorresNadal. Interesado en la relación de las nuevas tecnologías y nuevos medios aplicados a los procesos creativos, ha colaborado como artista/diseñador/ en diversas exposiciones y proyectos.

Palabras Clave: arquitectura, web 2.0, tecnología, sociedad, open source, media-activismo, weblog, inteligencia colectiva, wiki

ZEM
OS
98



El contexto de las actividades en la actualidad se ve altamente influenciado por la emergencia de nuevas tecnologías, sin embargo las tecnologías "per se" no tienen mayor interés si no modifican las estructuras sociales y de trabajo. Es precisamente este ámbito el que me interesa especialmente:

- A.- el uso de estos nuevos patrones de dinámicas sociales
- B.- su aplicación directa en la enseñanza de la asignatura de proyectos

Web 2.0

El declive de la burbuja de internet a finales del año 2001 marco un punto decisivo en la historia de la web. Mucha gente llegaba a la conclusión de que "la red" estaba sobrevalorada, sin embargo estos quiebres de las industrias actúan como

una criba, dejando en pie solamente lo que realmente tiene posibilidades.

Entre los varios conceptos que definen la denominada Web 2.0, quiero centrar mi atención en dos argumentos

- 1.- la finalización del usuario como un ente pasivo que sólo recibe o consume información para convertirlo en un generador de contenidos.
- 2.- la premisa de que el uso colectivo de estos recursos no hace sino enriquecerlo.

Open Source

El modelo open source basa su estrategia como su nombre lo dice en la apertura de sus fuentes, promueve que los propios usuarios sean quienes patrocinan y

la experiencia de la educación del arquitecto en un entorno "web 2.0"

Édgar González

ZEM
OS
98

enriquecen el proyecto, "preservando, protegiendo y promoviendo la libertad para usar estudiar, copiar, modificar y redistribuir software"

Esta forma de operar requiere un medio más dinámico e interactivo, dicho medio es internet (el medio ideal para el almacenamiento, promoción, distribución y búsqueda de estas investigaciones), mucho se ha hablado de las ventajas que ofrece, etcetera, y pudiera parecer un tópico ligero y bastante usado el simple hecho de mencionarlo.

Sin embargo creo que la explotación en el medio creativo es algo que se esta viendo apenas (con la excepción quizá de los diseñadores de paginas web y programadores).

Architecture XXI

La arquitectura por naturaleza, se ha desarrollado siempre "relegada" en cuanto al resto de las disciplinas; arte, ciencia, tecnología, diseño. Han marcado las vanguardias a las cuales la arquitectura llega, si bien de una manera no modesta ni tímida, si bastante retardada.

Como un ejemplo el diseño industrial, automotriz, el arte y la ciencia entre otras disciplinas, digiere de una manera mas veloz y eficaz las nuevas tecnologías y las aplica de una manera directa a su cotidianeidad.

Los procesos tan lentos de la arquitectura, hacen que, sin embargo tarde bastante en integrarlas a su arsenal de herramientas, y por consecuente la educación del arquitecto.

Inteligencia colectiva

Comunidades de creativos expertos en diversas áreas dispuestos a cooperar y desarrollar proyectos en equipo a través de la web: www.Halfbakery.com, www.lazyweb.com, makezine.com, etc. son una serie de paginas web

que entre muchas otras (cada vez más) los usuarios participan de manera activa en el desarrollo de una idea que alguien propone pero que no tiene todos los medios para desarrollarla, a un post de una idea en uno de estos foros de genera la creación de un equipo de creativos con diversas habilidades con la finalidad de solucionar la idea y llevarla a cabo, así que un diseñador grafico se junta con un experto en hardware y uno en programación para crear una aplicación de soporte de cierto producto, por citar un ejemplo.

Lo interesante de dicha forma de trabajo es que la cooperación se realiza en ámbitos distantes, disciplinas ajenas y un ambiente cultural, espacial y temporalmente distinto, generando así una mezcla de talentos que de otra manera seria imposible de encontrar.

Plantea que internet se establece como un fértil centro de trabajo y punto de encuentro, tus colaboradores no tienen porque hablar tu idioma o compartir tu espacio, los intercambios de información/interacción se establece a horas diversas y queda registrado, de tal manera que la integración de nuevos participantes que estén al día es inmediata, así mismo el trabajo queda registrado durante toda su fase de elaboración, con lo cual partes del trabajo pueden ser aprovechadas por otros equipos

La era del acceso inmediato

Howard Rheingold pronosticó la revolución del PC de 1985 y la explosión del Internet de 1993. Ahora percibe el desarrollo de una tercera oleada de cambio, basada en la combinación de la comunicación móvil e Internet que permite que la gente coopere en modos hasta ahora impensables, y les llama "smarmobs"

Estas smartMobs emergen cuando la comunicación las tecnologías de la computación amplifican los talentos humanos para la cooperación, utilizan medios móviles y



la experiencia de la educación del arquitecto en un entorno "web 2.0"

Édgar González

ZEM
OS
98

redes informáticas para organizar acciones colectivas, desde enjambres urbanos de juventud techno en Asia y Escandinavia a rebeliones ciudadanas en las calles de Seattle, Manila y Caracas. Las redes inalámbricas comunitarias, los webloggers y los compradores y vendedores en eBay son indicadores incipientes de las smart mobs que emergerán en la década que viene.

Cuando se ensamblan estos diversos componentes tecnológicos, económicos y sociales, el resultado es una infraestructura que hace que se puedan dar ciertas clases de acciones humanas posibles que nunca antes fueron posibles: Las aplicaciones punteras de la industria de la información del mañana no serán dispositivos de hardware o programas de software sino prácticas sociales. Los cambios mayor envergadura vendrán, como suele ocurrir, de los tipos de relaciones, empresas, comunidades y mercados que la infraestructura hace posibles.

El papel de la cooperación voluntaria es el más importante y menos conocido de la historia de los ordenadores personales y las redes, después de todo, el PC no fue construido por la industria informática, sino por una pandilla de hackers, que lograron hacerlo juntos, intercambiando información ya que individualmente no habrían podido hacer. Unix, Usenet Internet mismo esta creado sobre software y cooperación libres.

La auto-organización es un impulso humano incontenible, e Internet es una caja de herramientas para ello.

Las piezas del rompecabezas están a nuestro alrededor, simplemente aún no las hemos unido.

Como conclusión de la investigación he desarrollado un par de herramientas para la integración de estos conceptos en una herramienta real, usando los mismo procesos de los que he hablado, así pues hablamos de la weblog

que actualmente la encuentro en la versión 4 usado en la escuela de arquitectura y un wiki que actualmente esta en fase de implementación en el master de titulación propia en esta institución denominado arquitecturas para un mundo complejo, aun en fase beta. A continuación desarrollo con mas detalle un extracto de lo que es el weblog 4.0

Anexo Weblog 4.0

(proyectosarquitectonicos.ua.es o weblog 4.0)

La experiencia de la famosa "weblog" de Alicante nos ha llevado ya a establecer este año la versión 4 corregida y aumentada, aprendiendo de los errores y potenciando los aciertos, la ambición de esta versión es tener a la escuela completa operando en el sistema con miras a integrar el doctorado. Estableciendo una fuente de información y un crisol de conocimientos tremendo.

Un lugar de encuentro común donde el uso de las ideas de una manera colectiva, el debate generado y el conocimiento general de lo que se otras personas están pensando y trabajando sin importar el nivel en el que se encuentran, suena de principio escalofriante, pero seductoramente atractivo.

La dichosa weblog (aunque técnicamente es mas bien un foro y no un weblog, pero cariñosamente seguimos refiriéndonos a ella como tal.) ha probado ser un gran éxito en su ultima versión (3.5) fue testada con todos los alumnos de primero mas el taller de investigación el año pasado. 250 alumnos y 7 profesores mas algunos colaboradores durante todo el año hicieron que la primera versión "oficial" lograra establecerse y exponer todo su potencial.

Trabajando en conjunción con los profesores llegamos a delimitar un sistema en el cual la herramienta influenciaba a



la experiencia de la educación del arquitecto en un entorno "web 2.0"

Édgar González

ZEM
OS
98

los enunciados y a su vez eran los enunciados los que influían en la herramienta, de tal manera se logra un producto híbrido, generado a base de un campo de fuerzas sinérgicas que delimitan y dan forma a la misma.

El sistema consiste en una serie de herramientas que permiten que la experiencia docente de la arquitectura vaya mas allá de los límites físicos establecidos hasta ahora, sin barreras de tiempo ni espacio el mundo virtual se convierte en la nueva aula. Un aula con memoria y dinámica.

Con Internet como medio, la nueva forma de colaborar explota los límites que existían, el sistema de clase semanal dejaba un hueco muy grande entre una clase y otra, el sistema de tutoría era demasiado confuso y complicado para grupos grandes, entre otros problemas.

Poco a poco fuimos puliendo el sistema de entregas, estableciendo ejercicios que pueden ser consultados una y otra vez Online, permitía que las dudas que quedaban con respecto de los enunciados fueran discutidas aclaradas e inclusive modificadas "live" sin necesidad de esperar a que la clase tomara lugar físicamente.

Posts

El anglicismo "post" es el acto de colgar en el sistema una contribución, la diferencia con un sistema de foros es que el post puede ser una imagen, un texto, un archivo de audio o video, un dibujo vectorial o cualquier tipo de archivo digital. Dicho post queda registrado con la hora la fecha y el autor permitiendo un registro muy preciso.

El post tiene varias características, entre ellas puede ser comentado, valorado o visitado, quedando también registro de todo ello, con lo que eventualmente se puede discernir cuales han sido los post mas visitados, mas comentados o valorados.

Comentarios y valoración

Los comentarios es una de las joyas de la corona del sistema, permitiendo la retroalimentación por parte de todos los usuarios del weblog, alumnos profesores y opcionalmente también visitantes extraños pueden comentar, criticar o enriquecer los post. Quedando un registro de ello. Así mismo, puede asignarse una valoración a base de "estrellas" en una escala de 1 a 5 permitiendo solamente una valoración por usuario y evitando que el propietario pueda valorar sus propios post. Automáticamente el sistema calcula y muestra el promedio de las valoraciones dadas.

Foro

El sistema cuenta además con un sistema de foro en el cual se pueden establecer foros mas convencionales en los cuales la discusión puede fluir de una manera mas dinámica

Búsqueda

El sistema cuenta con diversos formulas de establecer búsquedas, algo que hace que la gran cantidad de información. Generada sea fácilmente accesible. Como ya comente los sistemas de organización en base a numero de comentarios, visitas y valoración es uno, pero a su vez se puede navegar por todo el sistema estableciendo vínculos de relaciones que proveen de interesantes formas de reorganizar los post. Además de la posibilidad de acceder al perfil de un usuario, de tal manera que es posible ver todos los posts o comentarios que ha dejado una persona de manera secuencial, por tamaño o por nombre. Permitiendo así observar la secuencia de post de acuerdo a los ejercicios de una persona específica.

El sistema cuenta con una serie de bancos de datos que permiten establecer Tags (etiquetas), un título al post y un comentario o texto que le acompañara siempre.



la experiencia de la educación del arquitecto en un entorno "web 2.0"

Édgar González

ZEM
OS
98

Con la poderosa herramienta de búsqueda se puede entonces clasificar las imágenes por palabras clave o buscar por temas de una manera muy sencilla, con la posibilidad inclusive de aplicar filtros a las búsquedas, así por ejemplo podemos buscar todos los comentarios que contengan la palabra verde que hayan sido posteados en los últimos 5 días.

Entregas

El sistema de entregas permite establecer una serie de hitos a lo largo de la semana, que tienen que ser alcanzados para validar la tutoría el viernes. Así pues por citar uno de los casos, el enunciado se comenta al final de la clase y aparece el sábado a primera hora, se exponen las dudas hasta el domingo a las 24.00 el martes hay un precuclgue hasta la media noche y el miércoles tienen que comentar el trabajo de 5 compañeros, el jueves por la noche se termina el plazo para colgar la revisión hecha a partir de la reelaboración con base a los comentarios de alumnos y profesores y el viernes en clase se discute el trabajo en el orden que fueron apareciendo los mismos.

De esta manera el ejercicio de proyectos se va elaborando paso a paso de una manera mas consistente, proveyendo al profesor con un feedback inmediato de lo que esta sucediendo, de tal manera que el viernes se encuentra con una serie de ejercicios que previamente conoce y que el puede organizar de la manera que mas le convenga, para la tutoría, haciendo mas efectivo el tiempo en clase sobretodo con grupos grandes.

Algunos éxitos son realmente para hacerlos notar, la siguiente grafica por ejemplo visualiza la hora de entrega de los trabajos, al definir como hora de entrega las 24.00 los alumnos de Alicante no se desvelan (al menos para entregar proyectos) un día antes de la entrega

Proyectos opensource

Las dinámicas de trabajo que se logran con un sistema de estas características permiten que el termino trabajo en colaboración tome su dimensión mas profunda y extensa, estableciendo una red de colaboración para organizar un modelo similar al exitoso OpenSource, el modelo de trabajo que ha provocado que Internet sea lo que es actualmente.

Inteligencia colectiva es un término se puede usar, cuando las barreras del "autorismo" se abaten para dar paso al modelo de colaboración, el poder tomar el trabajo de alguien y reelaborarlo o a partir de él complementarlo ofrece puntos de partida que permiten el llegar más allá, al fin y a cabo es la forma en que el conocimiento se ha generado a lo largo de toda la historia de la humanidad.

Y el tener un caldo de cultivo tan generoso y con tanto potencial permite predecir una experiencia cuando menos excitante y llena de expectativas.

La colaboración constante con los profesores así como la implementación de nuevas herramientas que complementen y hagan de este sistema algo mas maduro, consistente y consolidado sistema de colaborar en esta aventura denominada proyectosarquitectonicos.



presenciaobligada

Irene Hens



Web de referencia: <http://www.zemos98.org>

Abstract: Irene Hens Aumente es licenciada en Comunicación Audiovisual y posgrado en Gestión Cultural, es especialista en producción y gestión cultural y proyectos educativos.

Palabras clave: pensamiento, weblogs, cibercultura, filosofía



“Y la vida guiada por el pensamiento
cede suavemente su lugar al terrible
y ridículo cara a cara del fanático
y del zombie”

Alain Finkielkraut

Me gustaría comunicar aquí y ahora una inquietud que me invade desde hace no demasiado tiempo. Encuentro verdaderamente acogedor este espacio compartido y este tiempo común, no sé si inmediato -eso lo dejo a libre elección-, para plantear una reflexión que tiene como génesis una, no dudo, inocente propuesta ¿Por qué no creas tu propio blog?...

Yo no dudaba de que la evolución de la realidad, produce una evolución de las ideas, y que esas modificaciones de vida que va exigiendo el paso del

tiempo, generan necesidades que hay que cubrir por medio de instrumentos y herramientas que el mismo ser humano idea y produce.

En definitiva, tenía la sensación de que el ser humano venía creando instrumentos como respuesta a necesidades previas. Hasta entonces, el orden cronológico de los acontecimientos era fácil de seguir:

Evolución de la realidad-surgimiento de necesidades-creación de instrumentos y herramientas paliativas

Pero en determinado momento, justo el de esa inicial pregunta, he empezado a temer que tenía que inventarme ciertas necesidades, porque si no la evolución de la realidad -empujada por los instrumentos que inventaron otros y que debieron estar en un presente mucho más evolucionado que el mío-, me pisaba los talones.

presenciaobligada

Irene Hens

ZEM
OS
98

Y si mi consuelo era en un primer momento: tranquila, sólo se trata de comunicar, ahora percibo que la presión se deriva no del verbo, sino de los obligados complementos circunstanciales que lo siguen y algún que otro adjetivo calificativo; aquí, ahora, asiduamente y... bien.

Mi ridícula desdicha, es que la indeseada brecha digital, la "cultura elitista" que me ataña, porque circunstancialmente pertenezco al lado acomodado e instruido de la población, me sitúa en el compromiso de estar presente, me obliga a producir ideas a la misma velocidad que crecen los instrumentos para comunicarlas de forma que pueda estar y, por tanto, ser como todos aquellos que me rodean. Eso no es justo -pienso-, los instrumentos de comunicación son más que la comunicación misma, bueno -me consuelo- siempre me quedará el collage, el pastiche y el hipertexto.

Y me viene a la cabeza una magnífica frase de Alain Finkielkraut, que leí impresa en su ensayo La derrota del pensamiento, que para más desconcierto mío publicó por primera vez en 1987:

"Lo que es elitista (y por consiguiente intolerable) no es negar la cultura al pueblo, sino negar la etiqueta cultural a cualquier tipo de distracción. Vivimos en la hora de los feelings: ya no existe verdad ni mentira, estereotipo ni invención, belleza ni fealdad, sino una paleta infinita de placeres, diferentes e iguales. La democracia que implicaba el acceso de todos a la cultura se define ahora por el derecho de cada cual a la cultura de su elección (o a denominar cultura, la pulsión del momento)" [1]

Si lo verdaderamente importante es comunicar de forma constante y no qué es lo que se comunica; si se contaminan los procesos y las dinámicas de estas herramientas, cuya utilidad no pongo en duda, con las de otros medios consagrados en esa cultura de la satisfacción inmediata, qué sentido tiene generar estas plataformas. Si además de eso, la industria cultural juega con la ventaja de haber incluido en

sí misma la no cultura (la utilidad de lo inútil) ningún valor es capaz de frenar el desarrollo del consumo, la explotación del ocio o la elevación de la distracción a la dignidad cultural.

"En el preciso momento en que la técnica, a través de la televisión y los ordenadores, parece capaz de hacer que todos los saberes penetren en todos los hogares, la lógica del consumo destruye la cultura. La palabra persiste, pero vaciada de cualquier idea de formación, de apertura al mundo y de cuidado del alma. Actualmente, lo que rige la vida espiritual es el principio del placer, forma postmoderna del interés privado. Ya no se trata de convertir a los hombres en sujetos autónomos, sino de satisfacer sus deseos inmediatos, de divertirlos al menor coste posible" [2]

También se me plantea el hecho de si no existen suficientes plataformas o modos de expresión colectivos que aseguren libertad, pluralidad, diálogo étc ó si más bien, es el deseo de cada individuo de tener una presencia reconocida como sujeto autónomo en el mundo (internet). Peter Sloterdijk, en El desprecio de las masas habla de que la masa posmoderna es una masa carente de potencial, una suma de microanarquismos y soledades.

"La masa hoy, en cuanto tal sólo se experimenta a sí misma bajo el signo de lo particular, desde la perspectiva de individuos que, como diminutas partículas elementales de una vulgaridad invisible, se abandonan a aquellos programas generales en los que ya se presupone de antemano su condición masiva y vulgar".[3]

En las sociedades actuales, uno es masa en tanto individuo, hoy se es masa sin ver a los otros, lo cual genera que "las sociedades posmodernas han dejado de orientarse a sí mismas de manera inmediata por experiencias corporales: sólo se perciben a sí mismas a través de símbolos mediáticos de masas, discursos, modas, programas y personalidades famosas" [4]



No tengo claro si el argumento es: Es necesario estar para ser, y además estar siempre, no vaya a ser que alguien esté más y mejor que nosotros. Y aunque entiendo que este no es el parecer ni justifica la presencia de todos aquellos que poblan la blogosfera, yo por si acaso he decidido no hacerme un blog, y sin embargo seguir pensando, investigando, leyendo, analizando y reflexionando...

Pese a todo esto tengo claro, y tengo que reconocer que esa clarificación viene dada de la lectura de varios post publicados en blogs que empiezo a encontrar interesantes, que “ un blog puede y no puede ser muchas cosas pero siempre tiene algo de tecnología de autoconocimiento y de herramienta de exploración”, “un blog propio es un espacio tan libre como podamos permitirnoslo y es por ello un buen lugar para combinar ideas, asociar deseos, compartir información, ejercitar la opinión y los mecanismos de argumentación”[5], y comparto opiniones como “Mi consejo para cualquier neófito es que aguante la tentación de abrir un blog si realmente no tiene nada qué decir. Internet está lleno de blogs clónicos que no aportan nada nuevo.”[6]

Porque esta reflexión, no sería justa si no reconociera que la red no la forman las máquinas sino las personas. En ese sentido, debería matizar que unida a la creación de instrumentos y herramientas, que en un principio calificaba como paliativos, está sin duda el uso que se deriva de ellos.

La red comprende utilidades tan excepcionales como el wiki, la lista de correo, la mensajería instantánea, la sindicación de contenidos y así un largo listado de palabras clave (tags para algunos) que en mi experiencia personal, sí surgieron fruto de la necesidad de poder funcionar y trabajar en el mismo ámbito que lo hacen, no sólo los que forman parte de mi contexto, sino los que me interesa que lo hagan, porque aprendo y reflexiono con ellos. Ya mi argumentación flaquea en el hecho de que no sólo se trata de pertenecer, sino de aprender perteneciendo.

Me acechan muchos conceptos que refuerzan y contradicen mi posicionamiento, pero me queda el consuelo de que la duda permanece en mi bolsillo. La duda me permite ser crítica con el uso de las herramientas y con esa filosofía low cost que percibo, ambicionar ser diferente para así coincidir en ese deseo popular de además serlo a buen precio. Hay que ser crítico con el uso de las herramientas del mismo modo que hay que serlo frente a la desgastada idea de postmodernidad vs reflexión.

Y si verdaderamente el riesgo, no se encuentra en el instrumento en sí sino en la cabeza que lo utiliza, hoy libremente decido, que las herramientas que tengo a mi alcance me bastan para transmitir lo que a priori pienso.

Notas

- [1] FINKIELKRAUT, Alain. “La derrota del pensamiento”. Barcelona. Editorial Anagrama. 1990. Pag 121
- [2] FINKIELKRAUT, Alain. “La derrota del pensamiento”. Barcelona. Editorial Anagrama. 1990. Pag 128
- [3] SLOTERDIJK, Peter. “El desprecio de las masas”. Valencia. Pre-textos. 2002. Pag 19
- [4] SLOTERDIJK, Peter. “El desprecio de las masas”. Valencia. Pre-textos. 2002. Pag 17
- [5] Publicado en el blog de Pablo Mancini <http://pablomancini.blogspot.com> , en el post “Para estudiantes de comunicación y periodismo ¿Por qué un blog?” el 7 de noviembre de 2005.
- [6] Publicado en la entrevista a John Tones, autor de Mondo Pixel, en www.20minutos.es por Vanesa Rodríguez el 4 de abril de 2006.



el currículum posmoderno en la cultura digital

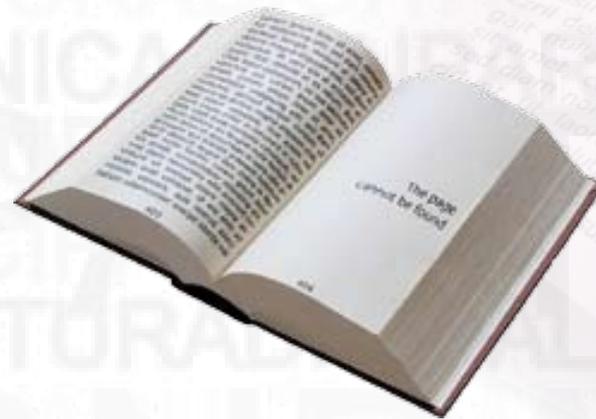
Tíscar Lara

ZEM
OS
98

Web de referencia: <http://www.tiscar.com>

Abstract: Profesora ayudante de Periodismo en la Universidad Carlos III de Madrid en las asignaturas de Producción Audiovisual y Tratamiento de la Información en Televisión. Colabora habitualmente en cursos de formación permanente del profesorado en contenidos TIC, alfabetización multimedia y el uso crítico de los medios audiovisuales y digitales. También ha impartido talleres de blogs a profesores de primaria y secundaria, futuros maestros, alumnos de periodismo y comunicación (UCM, UC3M, Colombia), activistas sociales de El Salvador, científicos e incluso jóvenes militares.

Palabras clave: micronarrativas, folkosonomías, cibercultura, educación, e-learning, intertextualidad, web 2.0, media



Detrás de expresiones como “mis lectores saben más que yo” y “conversaciones en lugar de conferencias” subyace un cuestionamiento del principio de autoridad y, con ello, una crisis de las instituciones modernas. Entre ellas se encuentra la escuela, donde el aula ya no es el único lugar de socialización, los programas aíslan las disciplinas y los profesores han perdido la exclusividad del conocimiento frente a un batallón de nativos digitales que han crecido frente a las pantallas.

La irrupción de internet y de la infotecnología plantea nuevos paradigmas en la Educación (Long-life learning, Aprendizaje Vs. Enseñanza, Procesos Vs. Resultados, Estrategias Vs. Contenidos, etc.), así como nuevas formas de leer y escribir el mundo en el que vivimos. Con los nuevos medios digitales se reabren viejos debates sobre la relación entre Comunicación y Educación que entienden los

mensajes como textos, como productos con intención comunicativa elaborados con ciertos códigos que hay que saber decodificar para poder comprenderlos en su contexto y para ser capaces también de generar textos propios con el uso de los distintos lenguajes.

Tomando la educación artística como instrumento de análisis social, otros autores (Clark, 1996; Efland, Freedman y Stuhr, 1996; Cary, 1998) lo llevan al terreno práctico y proponen la integración del currículum posmoderno a partir del trabajo de conceptos propios de la posmodernidad como son la relación entre poder y conocimiento, la multiculturalidad, la deconstrucción, la doble codificación y las micronarrativas. Si bien su enfoque gira en torno al arte y a pesar de estar desarrollados en la infancia de internet, su propuesta de búsqueda del

el currículum posmoderno en la cultura digital

Tíscar Lara

ZEM
OS
98

conocimiento a través de la práctica reflexiva de la contemporaneidad puede ser reutilizada en los programas educativos comprometidos con una idea integral de “alfabetización digital” que vaya mucho más allá de la competencia instrumental o el mero cacharreo.

Desde una perspectiva basada en el modelo análisis-producción-evaluación, la propuesta de educar en la cultura digital pasa por la participación en la Red y en sus nuevas formas de relación (blogs, wikis, redes sociales, etc.). De esta forma se pueden experimentar y analizar todos los pilares del proceso comunicativo: somos autores pero también lectores; somos medio y somos mensaje. En una aproximación del currículum posmoderno a la pedagogía crítica de la cultura digital podríamos reflexionar sobre temas como los siguientes:

- La fragmentación. El post como unidad y como fragmento; la descomposición de las partes y la reubicación del todo a través del hiperenlace; la fascinación por el zapping, los widgets mosaico, los digets, los clippings, los planetas, los agregadores, los trackbacks, las conversaciones distribuidas, los memes, etc.
- La intertextualidad. La mezcla y remezcla de géneros y estilos. El “copiaypega”, los “vías” y los “embed” que permiten reutilizar los fragmentos ajenos dentro de los propios discursos para ser reinterpretados en nuevos contextos.
- La crisis de la objetividad y la resignificación de la subjetividad. El valor de la transparencia que se presenta como garantía de los criterios de verdad y que conlleva, en paralelo, la crisis de los modelos clásicos de acreditación del saber experto.
- Las micronarrativas. Los medios sociales permiten la construcción y difusión de temas, enfoques y discursos alternativos de minorías que son frecuentemente infrarrepresentadas en los macrodiscursos de los media.

- La invisibilización de la tecnología en la web 2.0. La separación entre contenido y forma. Los usuarios generamos el contenido y llenamos el espacio, mientras que la tecnología nos da forma y construye el tiempo.
- La agregación como nuevo sistema de ordenación del conocimiento. Frente a la erudición de las taxonomías surgen las folksonomías. De abajo a arriba, la relevancia como valor es negociada a través del criterio social y del etiquetado colaborativo.
- El personismo, término acuñado por Vicente Verdú para definir la primera revolución cultural del siglo XXI. El sujeto se convierte en objeto y viceversa. El valor está en lo personal y en la persona, en los nanomedios y en los “onanomedios”. Se regala el producto para vender al autor. El boca a boca P2P sube la cotización de los conciertos y hasta la revista Time nos felicita “colectivamente” como “persona” del año.
- La construcción de una identidad pública a modo de personal branding. Nos definimos a través de “identidades mosaico”: nos representamos en la plantilla del blog, los nicks, los favicons, los stickers, la galería en flickr, la lista musical en last.fm, los enlaces en del.icio.us, etc. Tanto que corremos a registrarnos en cada nuevo servicio 2.0 para asegurar nuestro nick, nuestra identidad. Nos reinventamos en la imagen que queremos dar de nosotros mismos como si fuera una coordenada o una atalaya desde la que mirar y dejarnos ver, desde donde tejer y destejer redes. Valemos lo que vale nuestra red, a quiénes agregamos y quiénes nos agregan a nosotros. No existimos sin un trackback. No somos nadie si no nos llega un meme a través de alguien. Nos proyectamos en la red especular girando el foco hacia lo que vemos, escuchamos, comemos, odiamos, admiramos,... y así representamos quiénes somos en cómo queremos ser identificados.



el currículum posmoderno en la cultura digital

Tíscar Lara

ZEM
OS
98

- La reapropiación y la cultura de la remezcla: los montajes y remontajes, la cultura jamming, los memes seriados y la fuerza de la viralidad son versiones de un collage infinito en las reinterpretaciones del entorno. El apropiacionismo va más allá de la simple intertextualidad de los embed o de los “ready-to-go” porque necesita “poseer” los objetos para transformarlos: que se puedan descargar y sean maleables. Para hacer todo esto posible, surge en paralelo cierto activismo que reivindica la cultura libre con licencias no restrictivas, así como el derecho de acceso a los archivos públicos para la creación y recreación colectiva.

- Los desafíos a las industrias culturales. En la búsqueda de nuevas formas de creación de cultura, se generan sistemas para la gestión flexible de derechos de autoría y propiedad (el copyleft frente al copyright) así como instrumentos de financiación desde los márgenes del mercado que posibiliten su supervivencia (los micropayments y la publicidad contextual, p.ej.).

- La tensión en las fronteras: entre lo amateur y lo profesional, la convergencia y la divergencia, la aristocracia y la meritocracia, el diario íntimo y el escaparate público, lo verídico y lo verosímil, el panóptico y la panscopia, la “plantilla tipo” y la “customización”, lo personal y lo profesional, etc.

Muchas reflexiones y pocas recetas

La Sociedad de la Información requiere de ciudadanos capaces de transformar el dato en conocimiento, la emoción en reflexión y la participación en acción colectiva. La Red lo hace posible, pero no incluye un manual de instrucciones. Tanto los inmigrantes como los nativos, todos somos peregrinos digitales ante los caminos que se bifurcan. El desafío de la Educación en este contexto de incertidumbre

es preparar la mochila, acompañar en el viaje e introducir la reflexión crítica desde la experimentación del entorno social como objeto de conocimiento.

Lecturas complementarias

Cary, R.; Critical Art Pedagogy. Foundations for Postmodern Art Education. Garland Publishing, 1998.

Clark, R.; Art Education. Issues in Postmodernist Pedagogy. Canadian Society for Education through Art and National Art Education Association, 1996.

Efland, A., Freedman, K., Stuhr, P.; Postmodern Art Education: an approach to curriculum. The National Art Education Association, 1996.

Gutiérrez Martín, Alfonso; Alfabetización digital. Algo más que ratones y teclas. Gedisa. Barcelona, 2004.

Lara, Tíscar; Comunicación y Educación. Colombia. Mayo 2006. <http://www.tiscar.com/2006/05/14/comunicacion-y-educacion/>

Lara, Tíscar; Blogs para educar. Usos de los blogs desde una perspectiva constructivista. Revista Telos. Núm. 65. 2005. <http://www.campusred.net/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=2&rev=65>

Lara, Tíscar; La utilidad de un blog académico. Septiembre 2006. <http://www.tiscar.com/2006/09/14/la-utilidad-de-un-blog-academico/>



empresasyweb2.0

Javier Martín

Web de referencia: <http://www.loogic.com/>

Abstract: Javier Martín es el editor de Loogic, un blog dedicado a los negocios de internet en español. Loogic pertenece a CDYS.

Palabras clave: empresa, web 2.0, redes sociales, sindicación, agregadores, capital riesgo, emprendedores

ZEM
OS
98



Si hay algo que se está acentuando en esta nueva etapa de Internet es que, sobre todo en España, la gran mayoría de iniciativas nuevas surgen de emprendedores, las empresas y sobre todo las grandes hace tiempo que hay huido de la red.

De esta forma los emprendedores tienen vía libre para poner en práctica todas sus nuevas ideas e intentar satisfacer las necesidades de un usuario de internet cada vez más avanzado. Con los nuevos sistemas de publicación de páginas web, como los blogs y con herramientas para el desarrollo web como el Ajax, un par de amigos en sus ratos libres pueden desarrollar un sitio que en poco tiempo logre un gran éxito en la red.

Internet es libertad, no solo para los usuarios sino sobre todo para los emprendedores. Con esta facilidad para crear es lógico que muchos lo estén intentando

al poner en marcha todo tipo de aplicaciones webs y sitios de contenido original. Redes sociales, agregadores, buscadores temáticos, blogs comerciales, ... se presentan cada día con el objetivo de conquistar a usuario y hacerse un hueco en este nuevo mercado llamado Web 2.0

Y motivaciones no le faltan al emprendedor. Cada día se conocen inversiones en proyectos Web 2.0 en USA, incluso en España ha surgido alguna que otra noticia al respecto, pero lo que más motiva a un emprendedor es ver como en poco tiempo puede empezar a lograr beneficios con su proyecto gracias al gran pagador de la red Google AdSense.

Aunque en España somos bastante reacios a hacer públicos nuestros ingresos, es más que conocido que algunas webs están ganando una buena cantidad de

dólares gracias a la publicidad de Google y esto es lo que realmente está motivando a los nuevos emprendedores en internet.

Es cierto que algunas empresas también están empezando la aventura de crear aplicaciones Web 2.0, muchas de ellas son estudios de diseño y programación Web que dedican parte de su tiempo a desarrollos propios. Además estas empresas ven el desarrollo de proyectos propios como una oportunidad para darse a conocer en el sector.

A parte de estas pequeñas empresas o estudios son realmente pocas las empresas grandes que tienen interés por el desarrollo de proyectos Web 2.0. Más bien lo que parece es que algunas grandes empresas, sobre todo medios de comunicación y grupos editoriales al oír campanas de grandes adquisiciones en USA están estudiando la posibilidad de invertir en este tipo de proyectos.

Y en lo que a Capital Riesgo se refiere parece que el tema está aún más complicado. Tras el batacazo de alguno de sus proyectos con el pinchazo de la burbuja lo que ahora buscan es rentabilidad inmediata y claro, esto se da en contadas ocasiones. Además para muchos emprendedores el capital riesgo implica pérdida de la libertad que no están dispuestos a perder.

Así es como parece que se están desarrollando las cosas en cuanto a emprendedores y proyectos de la denominada nueva ola o Web 2.0. La verdad es que si que están surgiendo iniciativas bastante interesantes, algunas de ellas son copias o clones de proyectos Made in USA, pero otros tienen su propia identidad y es muy probable que pronto veamos más de una adquisición por parte de Google, Yahoo o algún que otro de los grandes.

El video parece una de las grandes opciones y con las posibilidades tecnológicas que tenemos ahora son muchas las

iniciativas relacionadas que están surgiendo. Agregadores de videos tipo Youtube o Videoblogs son lo más nuevo de la red.

Los estudios indican que parte del dinero dedicado a publicidad en TV está dirigiéndose a Internet y la publicidad en formato video por internet ya es una de las prioridades para Google y su sistema de publicidad contextual AdSense.

Además del video, los sistemas de agregación de noticias tipo Digg parecen los grandes ganadores de esta nueva etapa de los negocios en internet. El exceso de información hace obligatorio el uso de nuevos sistemas de filtrado que nos permitan conocer las mejores noticias sin sufrir los efectos de la intoxicación informativa. La Web 2.0 es para las personas y son ellas mismas las que actúan en filtros identificando lo interesante sobre lo superfluo. Web 2.0 es participación y que mejor forma de hacerlo que expresar tu opinión allá donde vas?

Los blogs son otros de los grandes protagonistas de la Web 2.0. La generación de contenidos atrae una cantidad importante de visitantes y el formato facilita mucho la participación de usuarios, la actualización diaria de noticias,... Son muchos los usuarios de blogs que no saben que eso que leen a diario con tanto interés es un blog, pero no importan, lo importante es que los blogs que han hecho con un espacio bastante importante en la red de forma que algunos incluso empiezan a tener más tráfico que portales muy conocidos en la internet 1.0

Los gadgets, los coches y el software son los grandes protagonistas de la blogosfera, pero lo más interesante es que todas las temáticas tienen su sitio en los blogs. Si eres experto en algún tema concreto seguro que tienes un sitio en la red para demostrar tus conocimientos por medio de un blog.

La sencillez de creación y mantenimiento de un blog está haciendo que muchos emprendedores se lancen a crear blogs



empresasyweb2.0

Javier Martín

ZEM
OS
98

temáticos con fines comerciales o incluso a crear redes de blogs especializados en todo tipo de temáticas.

Así que ya sabes, la Web 2.0 te está esperando y en los videos o los blogs tienes tu oportunidad. Eso sí, no pienses que emprender en internet es fácil, la ventaja principal es que no se necesita realizar grandes inversiones pero lo que nadie te va a quitar es muchas horas de trabajo al día delante del ordenador. Son muy pocos los que han dado el pelotazo con poco trabajo y en poco tiempo, lo normal en la Web 2.0 es que una idea genial e innovadora vaya precedida de un gran trabajo de desarrollo y promoción en la red.



el doble reto del open source para el arte. ¿Una doble oportunidad?

Juan Freire

Web de referencia: <http://juanfreire.net>

Abstract: Juan Freire es Doctor en Biología y Profesor Titular de la Universidad de A Coruña en la que fue Decano de la Facultad de Ciencias. Dirige el grupo de investigación en Recursos Marinos y Pesquerías que desarrolla numerosos proyectos de I+D. Cuenta con casi un centenar de publicaciones en revistas científicas internacionales y participa asiduamente en conferencias y grupos de trabajo relacionados con esta temática. Colabora como consultor con empresas, administraciones públicas y ONGs en temas de sostenibilidad y gestión ambiental.

Palabras clave: open source, P2P, inteligencia colectiva, arte, cibercultura

ZEM
OS
98



El paradigma del código abierto, nacido del mundo del software libre y, probablemente, de la tradición de las comunidades científicas, ha trascendido estos ámbitos y aparece hoy como un modelo alternativo de producción y distribución. La cultura está experimentando de formas muy diversas los conflictos y oportunidades que suponen la irrupción del open source y otros modelos relacionados, como por ejemplo las redes P2P. El arte no se mantiene al margen y afronta dos nuevos retos que “le propone” el modelo open source, en especial en todos aquellos procesos de creación artística que se han digitalizado en mayor o menor medida, mediante la introducción de las tecnologías de la información en la creación o distribución. Aunque estos desafíos son en general interpretados como nuevos problemas que amenazan la creatividad y la viabilidad económica del artista, existe una posición alternativa, que empieza a demostrar sus razones

con casos empíricos, que afronta estos retos como grandes oportunidades para incrementar la creatividad artística y su rentabilidad financiera.

1. La creación artística como proceso colaborativo

Se tiende a pensar en la creación artística como un proceso absolutamente individual e intrasferible. Pero, en realidad el arte siempre ha sido un proceso colaborativo, aunque casi siempre de formas sutiles. La actividad intelectual y creativa rara vez sucede en el vacío, siempre se asienta en influencias previas más o menos directas o difusas. Hasta el momento, la visión individualista de algunas expresiones artísticas, como la literatura, ha limitado las influencias a aspectos intangibles. Los conflictos por casos de plagio literario que se suceden

el doble ret del open source para el arte. ¿Una doble oportunidad?

Juan Freire

constantemente nos demuestran que el límite entre influencia intangible y tangible es ambiguo, y que el proceso colaborativo en la literatura se extiende más allá de la pura inspiración. No ha sido así en otras artes como la arquitectura, donde una parte de las obras históricas que hoy reconocemos como de gran valor son el resultado de intervenciones sucesivas a lo largo de siglos que construyen y reconstruyen sobre estructuras previas. Del mismo modo, la arquitectura contemporánea, aunque casi siempre identificada con sus arquitectos estrella es igualmente una actividad colaborativa en la que por ejemplo el trabajo conjunto de arquitectos e ingenieros es fundamental (como ejemplo sirva el caso de Cecil Balmond del que se ocupó recientemente The Guardian¹). Otro ejemplo de creación colectiva es el cine, que merecería ser estudiado en las escuelas de negocios como paradigma de gestión exitosa de grandes proyectos con fuertes restricciones de recursos. En ambos casos, cine y arquitectura, además la colaboración no ha impedido el reconocimiento individual de los creadores, uno de los problemas que se debaten en los nuevos modelos de producción cultural digital.

La copia y remezcla emergen en el mundo digital como una nueva forma creativa, o, más aún, como el desarrollo sin las barreras que impone el mundo analógico de una tradición tan antigua como el arte. El arte digital se convierte en la materia prima adecuada para la colaboración. Aunque por ahora sólo pueden ser considerados experimentos, empiezan a aparecer herramientas y “productos” colaborativos de fotografía, cine, vídeo, textos, y, sobre todo, formatos híbridos. Sólo por citar algunos ejemplos, mientras YouTube representa el modelo open source en la distribución de videos, Eyespot, constituye una nueva herramienta que permite la edición colaborativa online de videos. En paralelo, el mundo del cine ha propuesto nuevos modelos de negocio y creativos basados en el paradigma open source². De este modo, estos nuevos productos son el resultado del “trabajo de muchos” que contribuyen materiales, herramientas, ideas o simplemente

críticas. Aún es pronto, pero la colaboración en entornos digitales puede suponer una gran oportunidad más que una supuesta anomalía (que algunos llegarían a interpretar como aberración) en el proceso creativo definido en ocasiones como individual y aislado.

2. El modelo de negocio del arte open source

La creación artística es en gran medida entendida (y debe serlo en un sistema capitalista) como una forma de negocio, que busca una rentabilidad en sus productos, o al menos que necesita una financiación para su desarrollo. En el caso de los proyectos artísticos open source digitales, aún asumiendo sus mayores posibilidades creativas, surge un nuevo desafío: ¿cómo obtener ingresos o apoyo económico para algo que se va a compartir o “regalar” y que, en muchos casos, no resulta en un producto con un soporte tangible?. A esas preguntas están contestando diferentes proyectos que usan el modelo open source en distintas fases del proceso de creación, financiación y/o comercialización del arte. De este modo están emergiendo una serie de ventajas que esta forma de producción puede proporcionar:

- La mayor creatividad, por la recombinación de las propuestas (ideas) y aportaciones (productos) de muchos, genera (o debería generar) mayores oportunidades de negocio.
- La oportunidad de rentabilizar “obras parciales”, como el caso de Openstudio 3. La visión modular de la obra de arte permite la recombinación, como ya comentamos antes, y por tanto promueve la creatividad, pero al mismo tiempo ofrece la posibilidad de rentabilizar los módulos, las diferentes partes que la componen.
- La reducción de los costes de reproducción y distribución de obras digitales (que se aproxima a cero) obliga a explorar nuevos modelos de negocio, con nuevas y mayores

ZEM
OS
98



el doble reto del open source para el arte. ¿Una doble oportunidad?

Juan Freire

ZEM
OS
98

incertidumbres (para los actores ya establecidos) pero también con mayores oportunidades para los creadores. El caso de la música es paradigmático al mostrar claramente como los “intermediarios” tradicionales pierden poder que puede ser traspasado a los creadores.

- Posibilidad de utilizar a los usuarios, los antiguos espectadores o audiencia, como colaboradores, aumentando la creatividad de un modo rápido (y barato).

NOTAS

1. <http://observer.guardian.co.uk/review/story/0,6903,819786,00.html>
2. http://nomada.blogs.com/jfreire/2006/10/cine_open_source.html
3. http://nomada.blogs.com/jfreire/2006/12/openstudio_expe.html



simplificandolacomplejidad,elcasodeQuaderns Digitals comoreferentedigitalenlaspublicacioneseducativas

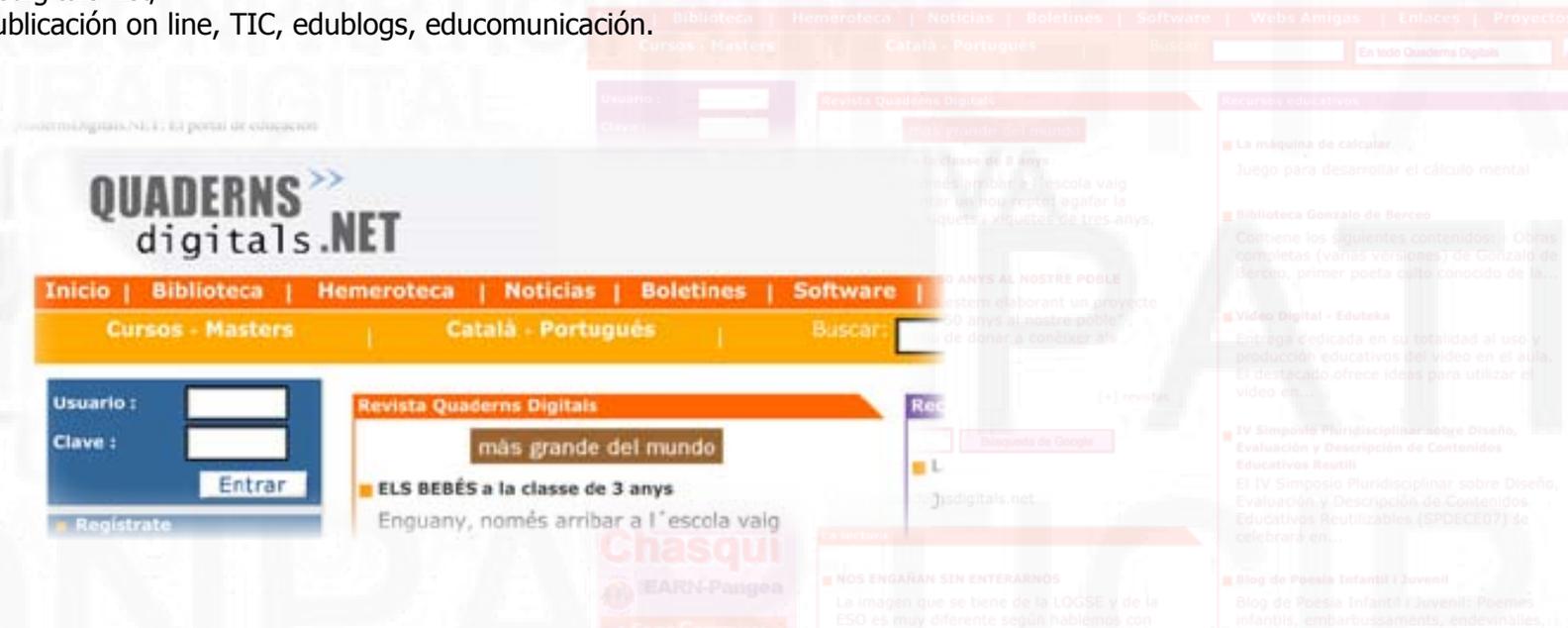
Pedro Jiménez entrevista a Vicent Campos

Abstract: Vicent Campos Sanderes es el responsable de Quaderns Digitals, una publicación on.line que en sus propias palabras se define como "un entorno colaborativo sobre temas de educación en relación con los medios de comunicación y otros temas sobre enseñanza". Pedro Jiménez es licenciado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Sevilla, especialista en educación a través de Internet por la UNED.

Web de referencia: <http://www.quadernsdigitals.net/>

Palabras clave: educación, e-learning, publicación on line, TIC, edublogs, educomunicación.

ZEM
OS
98



Para los que nos acercamos a la educación en medios este proyecto catalán es una referencia diaria, y para los interesados en cómo construir una publicación con tal cantidad de contenidos sigue siendo un buen lugar para aprender, sobre todo por la calidad y cantidad de sus textos. Hemos entrevistado, a través de correo electrónico, a Vicent y aquí está el resultado:

- ¿Cómo y cuándo surgió QuadernsDigitals (QD)?

Aproximadamente QD nació hace 10 años, pasamos de entornos cerrados (BBS, FirstClass) hacia la convergencia abierta que nos permite Internet. De una sencilla página inicial se ha ido evolucionando a un página dinámica. La historia empezó en 1996 cuando el Centre d' Estudis Vall de Segó (una

modesta institución situada en un pueblo de 3000 habitantes) crea Quaderns Digital y se llevó a cabo lo que podríamos denominar su primer gesto fundacional: la publicación de una revista digital totalmente en formato abierto y utilizando la Red Internet como medio de difusión, y a la vez poniendo las bases para creación de un espacio cultural inexistente hasta entonces en el mundo educativo de habla castellana. Desde esta fecha el grupo de profesores que integra QD toma la decisión de editar electrónicamente aprovechando la facilidad que el nuevo lenguaje de edición HTML permite y especialmente su bajo coste (solo se necesita una conexión telefónica y un editor que transforme el texto en código). Ya en 1999, QD es un referente en el mundo educativo en España y en América Latina. Se han publicado 40 números de la revista digital e incluido en la Hemeroteca - Biblioteca Digital 50 revistas y cerca de medio centenar de libros. Suministrando

simplificando la complejidad, el caso de Quaderns Digitals como referente digital en las publicaciones educativas

Pedro Jiménez entrevista a Vicent Campos

ZEM
OS
98

a lo largo de estos años a la comunidad educativa una cifra superior a las diez millones de páginas vistas. Hace tres años y con el prestigio de sus contenidos se inicia una nueva etapa con dos desafíos preponderantes. Por un lado extender su oferta de contenidos en línea y por otro, abrir su oferta comunicativa a nuevos modelos sin dejar de reforzar las ya existentes. Aparece en este momento la experiencia del trabajo cooperativo concretado con la herramienta de Proyectos que nos permite ver y comprobar las posibilidades reales de la tecnología y de la creatividad didáctica que aparece con ella.

- Háblanos un poco más de ese apartado de Proyectos

Con Proyectos se pretende la creación de una plataforma que posibilite el uso de Internet como medio o conjunto de medios de enseñanza. Es un paso más ante el rápido avance de Internet en la sociedad, en que un creciente número de administraciones educativas impulsa programas para dotar de equipamiento informático y conexión a la red global a todos los centros docentes en base al supuesto de que la interconexión de centros educativos a bibliotecas, universidades, empresas, etc. A la que se suman numerosas experiencias en las que maestros y alumnos de centros geográficamente distantes han utilizado Internet como medio de comunicación para llevar a cabo proyectos de aprendizaje colaborativo.

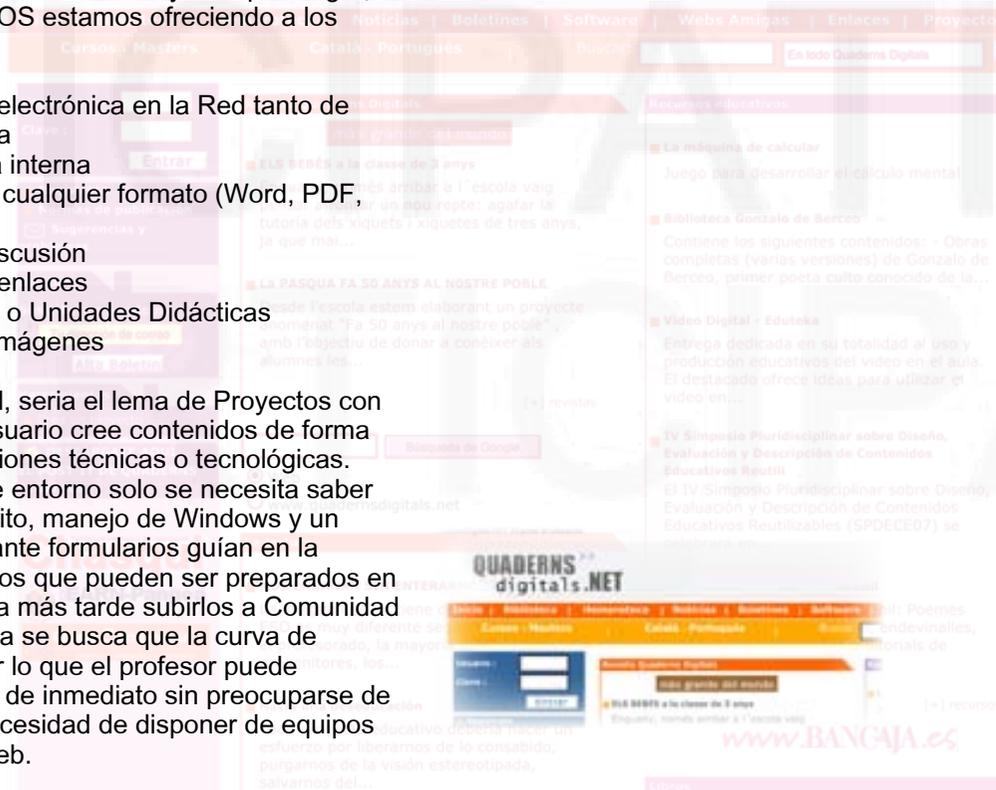
La WWW se convierte en un motor para la creación de entornos educativos por la sencillez del uso de navegadores, por su información entrelazada, por su fácil acceso y especialmente por la sencillez en crear contenidos. Aspectos que han sido los artífices de la Red, pero a la vez limitan nuevas perspectivas futuras debido sobre todo a un incremento en la dificultad técnica, nuevos metalenguajes, formatos, todo ello deriva en un creciente número de páginas que se quedan desactualizadas o con contenidos sin interés. Recientemente un estudio sobre las páginas WWW escolares demuestra que solo un 5 % de las mismas contienen contenidos de tipo pedagógico, el resto de la información es de tipo informático - administrativo (planes de centro,

memorias, horarios, departamentos...)

Un intento de solucionar el problema era crear herramientas específicas dirigidas al contenido. A raíz de investigaciones y la experiencia, QD pone a disposición de la comunidad educativa de PROYECTOS un Sistema de Creación de Publicaciones Electrónicas, al que se ha incluido el Gestor de Cursos Virtuales. Desde este entorno se permite a los profesores/as crear y administrar espacios Web colaborativos (revistas, cursos virtuales, galerías de imágenes, foros...) desde su navegador. Con su sencillez para editar y con una administración muy sencilla, el administrador de la Comunidad Educativa dispone de un espacio donde compartir herramientas con otros docentes o grupo de estudiantes, un "aula" accesible en cualquier momento y cualquier lugar, en definitiva con PROYECTOS estamos ofreciendo a los profesores:

- a) Crear una publicación electrónica en la Red tanto de forma pública o privada
- b) Sistema de mensajería interna
- c) Añadir documentos en cualquier formato (Word, PDF, HTML, video...)
- d) Administrar foros de discusión
- e) Gestionar una lista de enlaces
- f) Crear Cursos Virtuales o Unidades Didácticas
- g) Crear una Galería de Imágenes

Simplificando la complejidad, sería el lema de Proyectos con el que se pretende que el usuario cree contenidos de forma sencilla y se olvide de cuestiones técnicas o tecnológicas. Para la construcción de este entorno solo se necesita saber manejar su navegador favorito, manejo de Windows y un procesador de textos. Mediante formularios guían en la confección de los documentos que pueden ser preparados en línea o en su ordenador para más tarde subirlos a Comunidad Virtual. Con esta herramienta se busca que la curva de aprendizaje sea mínima, por lo que el profesor puede empezar a crear contenidos de inmediato sin preocuparse de cuestiones técnicas y sin necesidad de disponer de equipos que desarrollen entornos Web.



simplificando la complejidad, el caso de Quaderns Digitalts como referente digital en las publicaciones educativas

Pedro Jiménez entrevista a Vicent Campos

- Sigamos con QD... ¿Qué temáticas tratáis? ¿Es una publicación exclusiva sobre Comunicación Educativa o Educomunicación?

No exactamente. Si el origen de QD fue el estudio de las TIC en la educación, el intercambio de experiencias sobre esta temática. Desde hace tres años se ha ido abriendo a temas generalistas sobre educación, sin descartar los contenidos sobre las TIC que siguen teniendo una gran importancia. La Hemeroteca y Biblioteca siguen también estos planteamientos, por ejemplo los contenidos incorporados en este último año sobre TIC rondan el 60%.

- ¿Qué audiencia tenéis?

El portal recibe una media de visitas entre las 250 y 350 mil páginas vistas y 9000 suscriptores que reciben el boletín semanal de noticias y novedades sobre el Quaderns. De ellos, cerca del 40% de las visitas provienen de Latinoamérica, porcentaje similar en el número de colaboradores

- Una de las cosas que más nos llama la atención es la hemeroteca, sobre todo la recuperación de tantos artículos de revistas como SIGNOS o COMUNICAR ¿Qué repercusión ha tenido esto en la comunidad educativa?

Disponer de Signos, Comunicar y otras tantas revistas que hemos ido incorporando fue dar a QD una nueva dimensión. En primer lugar por el salto cualitativo que supone disponer de fondos documentales de gran valor y extraordinaria vigencia en este periodo de incertidumbre educativa. La digitalización de estos fondos era y sigue siendo una apuesta por recuperar la memoria educativa.

Estas revistas nos convence y refuerza la idea e ilusión hacia Internet como espacio colaborativo, herramienta de difusión y de creación de iniciativas.

- Desde vuestra perspectivas ¿Qué valoración hacéis del uso de las nuevas tecnologías en la educación? ¿y de los blogs educativos?

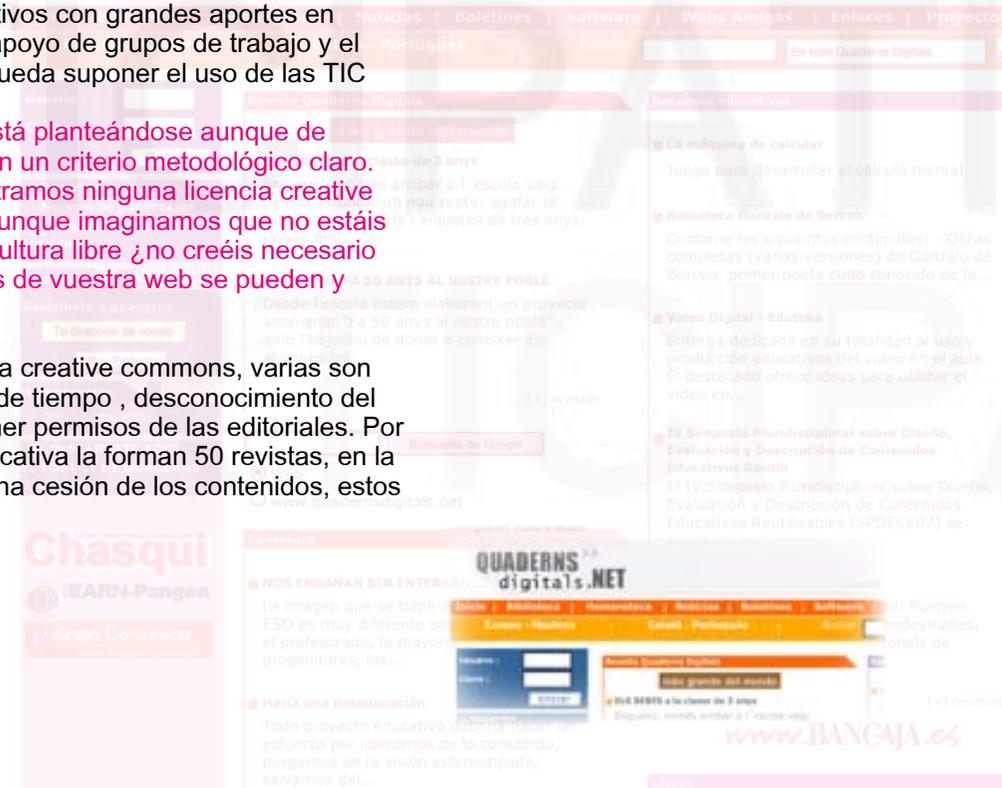
Una revista electrónica y sobre las TIC es sinónimo de mediadores - impulsores de proyectos educativos. Desde hace años los grupos de profesores de innovación educativa han visto a las TIC como una herramienta poderosa que facilita el aprendizaje. Blogs, Webquest, proyectos colaborativos... son elemento de gran valor para nuestras clases.

Lo que dudo es sobre el valor o conveniencia de la generalización de la Informática Educativa en los profesores. Mientras sucede esto debemos ir solucionando problemas organizativos y pasar hacia el ordenador en el aula, y mejorar recursos descentralizando zonas. Aumentar la portabilidad y la accesibilidad por WIFI y especialmente crear la cultura por parte de las administraciones de espacios de innovación con nuevos criterios evaluativos con grandes aportes en la formación, la creación y apoyo de grupos de trabajo y el cambio metodológico que pueda suponer el uso de las TIC

- En Andalucía esa línea está planteándose aunque de manera difusa y creo que sin un criterio metodológico claro. Ya para terminar, no encontramos ninguna licencia creative commons en vuestra web aunque imaginamos que no estáis en contra del concepto de cultura libre ¿no creéis necesario explicitar que los contenidos de vuestra web se pueden y deben compartir?

No tenemos ninguna licencia creative commons, varias son las causas sobre todo falta de tiempo, desconocimiento del tema y dificultades de obtener permisos de las editoriales. Por ejemplo la Hemeroteca Educativa la forman 50 revistas, en la mayoría de los casos hay una cesión de los contenidos, estos no son materiales propios.

ZEM
OS
98



realityhacking ¿quiénte me aloscódigosde realidad?

María Pérez

ZEM
OS
98

Abstract: De formación jurista y economista pero dedicada de lleno a la producción cultural. Directora del encuentro de cibercultura Netlach en Bilbao y coordinadora de las jornadas sobre ciberfeminismo Enredades en Barcelona. Doctorando en Derecho de la Cultura con un proyecto de investigación sobre políticas culturales adaptadas a la creación digital. Es también autora del blog "Ptqk".

Web de referencia: <http://www.netlach.org/web>

Palabras clave: cibercultura, reality hacking, media-activismo, software libre, comunidades virtuales, robótica, activismo, ciberfeminismo, weblog



Algunas máquinas llevan tanto tiempo operando en la realidad que han producido estructuras y códigos disciplinarios que consideramos normales –normalizados– mientras que otras irrumpen en el contexto social produciendo rechazo o ilusión por los cambios que anticipan. En 2001, las Guerrilla Girls imaginaron el cartel de una película ficticia titulada "The Birth of Feminism" en el que Pamela Anderson, Halle Berry y Catherine Zeta-Jones, en bikini y actitud provocadora, exhibían una pancarta con el eslogan "Equality Now". El objetivo de esta acción no era sólo denunciar el uso y abuso de la imagen de la mujer como recurso publicitario, algo que sólo hubiese interesado a quienes ya gozan de una conciencia de género bien arraigada. Su propósito era más sutil y consistía en atraer al espectador,

ganarse su confianza para, después, sorprenderle con un mensaje que no estaba preparado para recibir. "They make women´s rights look good. Really good" era el subtítulo.

La táctica activista del primero un guiño y después un codazo, como la utilizada por las Guerrilla Girls, es una forma de reality hacking que apuesta por la apertura y la reescritura subversiva de los códigos de realidad de toda índole: mediáticos, tecnológicos, sexuales, arquitectónicos, lingüísticos, políticos, económicos, sociales o afectivos. Inspirado por movimientos artísticos como Fluxus, el situacionismo y, en general, el discurso de la interacción entre el arte y la vida, el

realityhacking¿quiéntemealoscódigosderealidad?

María Pérez

ZEM
OS
98

reality hacking pronto empezó a ser utilizado con propósitos de agitación directa, pasando del activismo digital y la desobediencia civil electrónica a las protestas populares contra el FMI, el Banco Mundial y el tráfico global de mercancías, servicios y capitales. El hacker de realidad, al igual que el informático, conoce bien los sistemas y los interviene, dándoles un sentido y una utilidad radicalmente nuevos. Como estrategia de agitación, el reality hacking no se sitúa ni en la denuncia utopista ni en la confrontación directa. Es, más bien, un método para pensar el entorno y actuar sobre las relaciones semióticas y fácticas en las que se apoya.

También el colectivo activista The Yes Men hackea los códigos de realidad cuando sus miembros se hacen pasar por representantes de la OMC (Organización Mundial de Comercio) y acuden a conferencias internacionales en su nombre. En una de ellas, dedicada a la producción textil internacional, exponen con absoluta serenidad la hipótesis de que, de haberse dejado la esclavitud en manos del libre comercio, ésta se hubiese convertido “naturalmente y sin necesidad de intervención estatal” en un medio de contratación legal de los trabajadores del tercer mundo, avalado por el GATT¹. Al finalizar la conferencia, el Yes Man se desprende de su traje y exhibe un mono de licra coronado por un enorme pene y una pantalla: es la nueva propuesta de la OMC para controlar a los trabajadores de la industria textil en el mundo. El acto culmina con muchos aplausos, cocktail de agradecimiento y, al día siguiente, foto a color en el periódico local.

Si adaptamos la definición que propone el diccionario Jargon File, reality hacker sería entonces todo aquél que “disfruta del reto de superar creativamente las limitaciones que le rodean”, subvirtiendo los códigos que constriñen nuestro interfaz tanto en el ámbito público -el del consumo, la socialización o la acción política- como en el ámbito privado -el de los procesos de reflexión, seducción, admiración o afecto. Y, mientras que

el primero es objeto de múltiples intervenciones con vocación política o artística, las experiencias de intervención subversiva del segundo, el de lo íntimo y lo personal, continúan siendo anecdóticas, casi exclusivamente relegadas a las formas de activismo queer. Desde el famoso lo personal es político hasta las teorías ciber y post-feministas de la década de los noventa (con las limitaciones inherentes a todo tipo de etiquetas), el pensamiento de género se ha preocupado por explorar los límites entre lo real y su discurso, proponiendo apropiaciones inéditas y socialmente abiertas -horizontales y participativas- de los códigos de identidad más arraigados, como las categorías hombre/mujer, humano/máquina o naturaleza/cultura. Cuando Donna Haraway afirma: “A finales del siglo XX -nuestra era, un tiempo mítico-, todos somos quimeras, híbridos teorizados y fabricados de máquina y organismo; en unas palabras, somos cyborgs”² propone una celebración creativa de estas confusiones y apela a nuestra responsabilidad y nuestro placer para construir otras distintas. Audaces, originales y de nueva planta. Y no sólo en la esfera de los discursos del género sino también en las relaciones -íntimas pero igualmente políticas- que establecemos con los demás agentes del entorno, ya sean de carácter humano o tecnológico.

Un ejemplo. En un texto escrito para Netlach, Laurence Russel ironizaba sobre la utilidad de una aplicación como el Open Office que sugiere al usuario el estilo más correcto de redactar un texto. Parece que está escribiendo una carta es una manera amable pero autoritaria de orientar la conducta que asume que todo aquél que se separa del formato establecido está, seguramente, cometiendo un error. Es decir que, pese a ser una herramienta de software libre, el Open Office parte del convencimiento de que existen estilos correctos y otros que no lo son y actúa como agente autorizado para decidirlo. Por defecto, se impone al usuario y configura su subjetividad, su estar ante la máquina, orientándolo hacia códigos de realidad de corte verticalista. El sistema cultural en que se apoya dista mucho, por tanto, de



realityhacking¿quiéntemealoscódigosderealidad?

María Pérez

ZEM
OS
98

la actitud hacker de la que supuestamente se inspira y, ante la duda, opta por la llamada al orden, replicando modos de experiencia propios del viejo paradigma, como la autoridad, la racionalidad y la separación entre quien habla y quien escucha, entre quien escribe y quien lee lo que otros han escrito, entre quien programa la aplicación y quien la utiliza. La mayoría de nosotros no recurre al software libre para destripar el código sino en busca de herramientas que nos permitan ser agentes activos en la determinación de nuestro entorno tecnológico. Pero, como en el caso del Open Office, esto es algo que, por desgracia, no suele ocurrir. También las aplicaciones de código abierto, aunque gocen del beneplácito de un gurú como Richard Stallman, nos imponen la actitud de consumidores pasivos de mitos, innovaciones y categorías de realidad que ordenan nuestro espacio de interacción personal con la máquina.

Las preguntas que sugiere el reality hacking aplicado a la esfera de lo personal son las siguientes. ¿Hasta dónde estamos dispuestos a llegar en la desactivación de los mecanismos de autoridad, orden y referencia? ¿Y hasta qué punto es viable -y creíble- un proyecto colectivo de emancipación tecno-social si los códigos de realidad de nuestros sistemas operativos internos continúan siendo los mismos? El método que se propone desde el reality hacking no es el de buscar respuestas a estas preguntas y asumirlas como válidas sino el de elaborar un mito: “una historia de origen inidentificable relatada una y otra vez con distintas variaciones que niega la primacía de una historia identificada como única verdad” . Lo que no significa mitificar el reality hacking o teorizarlo como un concepto intelectual más, sino construirlo desde la praxis, la insolencia y el desafío sistemático de todos los códigos, desarrollando colectivamente un discurso permeable, en permanente cuestionamiento y retro-alimentación, en el que no existan categorías legítimas ni sujetos autorizados.

1 - . El GATT (General Agreement on Taxes and Trade) es el cuerpo normativo que regula las relaciones comerciales internacionales. Sus disposiciones son objeto de negociación y votación entre los miembros de la OMC (Organización Mundial del Comercio) al margen de cualquier control de legalidad público o democrático. Para ser implantadas, sus decisiones no han de someterse a las directivas de la ONU (Organización de Naciones Unidas) ni respetar las disposiciones de la Declaración Universal de Derechos Humanos.

2 - . Haraway, D., “Manifiesto para cyborgs. Ciencia, tecnología y feminismo socialista a finales del siglo XX”



contra las plataformas educativas hacia una educación a través de internet invisible.

Pedro Jiménez Álvarez

Abstract: Licenciado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Sevilla, Especialista en Educación a través de Internet por la UNED, Certificado de Aptitud Pedagógica del ICE de la Universidad de Sevilla, Investigador - Doctorando en Proceso de la Comunicación y Miembro del Equipo de Coordinación de ZEMOS98.

Palabras clave: educación, educomunicación, e-learning, comunicación, wiki, blogs, conductismo, pedagogía crítica, tecnoformalismo, nuevas tecnologías, tic, software libre, copyleft, teleformación, formación, FPO, universidad.

ZEMOS98



Educación e internet se han dado de la mano, en diferentes puntos de la historia más reciente de la sociedad occidental. Es increíble cómo procesos que pudieran parecer complicadísimos se han simplificado y empaquetado en la "Teleformación". Si buscas un curso on.line, te recomiendo que visites el weblog www.cursosandalucia.com te podrás encontrar cursos no presenciales de todo tipo.

¿Qué es lo que ha hecho que esos cursos se reproduzcan como setas? Hay varios factores, en el ámbito de las políticas educativas, la formación parece que se separa de la educación, y los responsables políticos están en el ámbito del trabajo, de la economía y de los sindicatos. Esto nos lleva a que la formación se ha convertido en un mercado de méritos, más bien parece un videojuego multiforme en

el que el "opositor" se convierte en cazador de horas de formación de cualquier tipo. Ese mercadeo también está presente en la Universidad. Lamentablemente, en la mayoría de los casos se produce la lógica del crédito:

- PERSONA 1: Oye, que la gente de ZEMOS98 hace un curso sobre los nuevos paradigmas en Educación, Comunicación y Jajaísmo. Es super super interesante ¿te apuntas conmigo?
- PERSONA 2: ¿Dan créditos?
- PERSONA 1: ¿Si no los diese crees que te lo habría dicho? Estás tonto...

Quizás uno de los factores más importantes que hace crecer a los cursos de

contra las plataformas educativas hacia una educación a través de internet invisible.

Pedro Jiménez Álvarez

ZEM
OS
98

teleformación como setas es el “cambio” tecnológico. La introducción de las nuevas tecnologías en la educación está siendo vendida como una “nueva educación”. El interfaz del alumnado se convierte en una pantalla de ordenador, en el que tiene que seguir un itinerario marcado por el profesorado desde su “ordenador central”.

Ciertamente, como señala Tíscar Lara, en esta misma publicación, hay un gran conflicto de autoridad, la tecnología democratiza más de lo que le gustaría a los formadores. Por tanto el formador se construye un escudo: la “plataforma educativa”.

Hay de muchos tipos y no todas son detestables, pero las plataformas educativas, desde mi experiencia, basan su lógica en la desconfianza entre el alumnado y el profesorado. La plataforma existe para marcar distancias, la misma distancia que existe entre la tarima del profesor universitario y su alumnado. También es cierto que en algunos casos estas plataformas son buenos espacios para homogeneizar la comunicación.

Lo que está claro es que la plataforma se diseña para conseguir resultados objetivables. La plataforma educativa basa su modelo comunicativo en las teorías conductistas y aleja los avances de la pedagogía crítica en materia de comunicación. Las plataformas no permiten el diálogo, están enfocadas a la resolución de un problema concreto, nunca plantearán preguntas abstractas y autoevaluatoras, sino que se acercarán mucho más a la lógica del examen tipo test.

PREGUNTA 35: ¿Qué es el periodismo participativo? Sólo una de las opciones es la CORRECTA.

- A. Periodismo que se ayuda de los demás.
- B. Periodismo que no está hecho por periodistas.
- C. Periodismo que se hace en blogs.

Por una cuestión lógica de espacio voy a reducir y focalizar mi discurso. Analicemos un caso práctico.

A través de <http://www.hackitectura.net/escuelas> llegamos a un espacio web en el que encontramos la propuesta que se definía de la siguiente forma: Este espacio, iniciado en 2004, se plantea como un prototipo de lugar para la experimentación de nuevas formas de aprendizaje e investigación de la arquitectura y el urbanismo, una proto-escuela en red que se inspira en los modelos cooperativos y de producción de inteligencia colectiva del software libre...

Toda la web ha sido desarrollada con la herramienta tiki-wiki, que es una interesante implementación tecnológica desarrollada para la construcción de conocimiento de manera colaborativa. Tiki-wiki, concretamente reúne las aportaciones del wiki (que permite editar/crear páginas web de una manera tan sencilla como pulsar sobre el botón EDITAR) y por otro lado las aportaciones del weblogging y los debates basados en foros. Ya estamos apuntando algunas de las “cosas nuevas” de esta “proto-escuela en red”: se basan en un modelo dialógico y abiertamente transformador de la realidad en la que se mueven. El proyecto surge como trabajo voluntario dentro de la Asignatura de Composición de la propia Escuela de Arquitectura de la Universidad de Sevilla y aunque es un grupo de trabajo experimental, han desarrollado un cuaderno de bitácoras/pensamientos abierto a todos, con la posibilidad abierta de comentarios y con la posibilidad de crear tu propio blog si tienes la suficiente iniciativa. En este sentido el uso de las posibilidades del e-learning se desarrollan en una clara atención socio-educativa a la diversidad y a los ritmos personales del alumnado.

- PROFESOR 1 (en clase): Por favor, me gustaría que alguien respondiese a los supuestos prácticos que dejé colgados en el WIKI de la clase.
- ALUMNO 1: ¿Se puede hacer a través de la lista de correos?



contra las plataformas educativas hacia una educación a través de internet invisible.

Pedro Jiménez Álvarez

ZEMOS98

En resumen, y volviendo al problema de las setas, pienso que estamos desaprovechando la verdadera potencialidad del aprendizaje con el uso de herramientas tecnológicas y electrónicas, la formación no puede convertirse en un reducto de “rellenar casillas” y por ello habría que hacer una verdadera reformulación del proceso educativo.

Mi propuesta no es otra que entendamos la red internet como un espacio válido para la educación, que no tenemos que entrar a una plataforma con “paredes de hormigón”, para empezar a recibir educación. ¿tiene sentido que si ya usas correo electrónico no puedas usarlo para la plataforma educativa? ¿tiene sentido que tengas una contraseña hiperlarga y no sé cuántos muros de diversos tipos para poder comunicarte con tus compañeros?
<mode=”manifiesto”>

La propuesta de plataforma invisible nace de la idea de construir la comunicación en base a las ideas previas, quizás a través del uso de la lista de correos o centrándonos en una publicación colectiva, pero la educación en internet sería mucho más rica si fuese abierta, colaborativa y participativa.

Tendríamos que pensar en una educación basada en el Software Libre y en el movimiento copyleft. Compartir es educar. Las competencias y habilidades instrumentales no pueden ser un obstáculo. En la plataforma educativa invisible debe aprender a aprender todo el mundo. Y entre todos seremos capaces de ayudarnos, la comunicación y la educación será horizontal. El formador tendrá que convertirse en tutor – guía – coordinador de la práctica educativa, y la evaluación de los contenidos siempre será cualitativa. Quizás sean menos los cursos que podamos sacar a la calle, pero seguro que construimos entre todos mejores ciudadanos, mejores personas.
</mode>

Fuentes:

- Aparici, Roberto. “La reinención de la educomunicación” UNED. http://www.uned.es/ntedu/asignatu/1_Roberto2.htm
- Aparici, Roberto. Trece mitos sobre las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación. Morón de la Frontera: Revista KIKIRIKI, no 58, 2003 http://www.quadernsdigitals.net/index.php?accionMenu=hemeroteca.VisualizaArticuloU.visualiza&articulo_id=6747
- Díaz, Rubén. ¿Puede ser el periodismo participativo? . Creación e Inteligencia Colectiva. ZEMOS98, Sevilla 2005. <http://www.zemos98.org/festivales/zemos987/pack/pdf/rubendiaz.pdf>
- Jiménez Álvarez, Pedro. ¿Deberíamos construir un nuevo paradigma para la educación en medios?. Creación e Inteligencia Colectiva. ZEMOS98, Sevilla 2005. <http://www.zemos98.org/festivales/zemos987/pack/pdf/pedrojimenez.pdf>
- Jiménez Ramos, José Antornio. Comunicación versus Educación. Catálogo ZEMOS98.5. ZEMOS98, El Viso del Alcor 2003



créditos publicación



Título: Cultura Digital y Comunicación Participativa

Autores de los textos (por orden de aparición en el libro): Rubén Díaz, Felipe G. Gil, David Bravo Bueno, Escoitar.org, Cyril Fievet, Edgar González, Irene Hens, Tíscar Lara, Javier Martín, Juan Freire, María Pérez, Pedro Jiménez.

Traducciones: "Televisión 2.0", de Rebeca Carrillo

Diseño: Teléfono Rojo

Edición: Asociación Cultural comenzemos empezemos y Hapaxmedia SC, con la colaboración de la Universidad Internacional de Andalucía y el Ministerio de Cultura.

Número de páginas: 50

Primera Edición: Enero 2007

Tirada: PDF descargable gratuitamente.

Licencia Reconocimiento-NoComercial 2.5
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.5/es>

Descarga en PDF "Cultura Digital y Comunicación Participativa":
<http://www.zemos98.org>

créditos seminario



Organiza

Asociación Cultural comenzemos empezemos

Colabora

Ministerio de Cultura

Con el apoyo de

Universidad Internacional de Andalucía

Coodinación

Rubén Díaz
ZEMOS98.org

Profesores

José Luis de Vicente
David Bravo Bueno
Chiu Longina

Equipo técnico

Hapaxmedia SC

Participantes

Rosario Romero
Inmaculada Cotta
Teresa Suarez Martín
Alberto Moreno
Javier Alvargonzález
Fernando Martín
Antonia María Leal
Virginia López
Juan Luis
Ángeles Cortés Crespo
Elena Martín Rosas
María José Sainz Rivas
Gema Gutiérrez
Anna Maj Michelson
David Benitez
Ana Balén Alex Sánchez
Aurora Fernandez Cañedo
Antonio Castro Nieves
Rocío Rico
Sandra Echevarría

Agradecimientos

Isabel Ojeda
Antonio Flores
Josefa Zamora