

El potencial educativo de las narrativas digitales en la comunicación para el cambio social. Jóvenes Frente al Cambio Climático como estudio de caso

The educational potential of the digital narratives in the communication for social change. Youth Against Climate Change as a case study.



Lidia Peralta García

Profesora del Departamento de Periodismo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación en la Universidad Autónoma de Barcelona. Doctora en Periodismo con una tesis doctoral sobre la representación de la inmigración subsahariana a través del documental de producción española (2001-2011). Es miembro del grupo de investigación "Gabinete de Comunicación y Educación" dirigido por Dr. José Manuel Pérez Tornero. Su docencia y campo de investigación están relacionados con el documental, las narrativas digitales y los temas afines a la vertiente de edu-comunicación.

lidia.peralta@uab.cat

Tania Ouariachi Peralta

Doctoranda en Ciencias Sociales por la Universidad de Granada, donde pertenece al grupo de investigación Acceso y Evaluación de la Información Científica. Su trabajo de investigación aborda el cambio climático desde el ámbito de la comunicación y la educación, explorando el potencial de la Web 2.0. Tiene un Máster en Acción Humanitaria por la Universidad de Groningen y es Licenciada en Periodismo por la Universidad de Málaga. En los últimos años, ha trabajado en Asia como especialista de comunicación para proyectos de reducción del riesgo de desastres y adaptación al cambio climático en organismos internacionales como RIMES o UNESCO, y como periodista en diversos medios de comunicación.

ouariachi@correo.ugr.es

RECIBIDO: 10 de Noviembre 2014

ACEPTADO: 10 de Enero 2015

Resumen

Las narrativas digitales, por sus características intrínsecas, están abriendo campos de interés educomunicativo en algunas temáticas que requieren compromiso y acción social. El cambio climático, por sus dimensiones globales, requiere de una nueva forma de acción ciudadana para la que las nuevas generaciones están llamadas a actuar. El presente estudio trata de abordar cuales son los aspectos educomunicativos extraídos de *Jóvenes Frente el Cambio Climático* (JFCC), un proyecto transmedia e interactivo que comporta una doble perspectiva: educar en medios de comunicación y educar con los medios. Partiendo del supuesto de que JFCC es un proyecto con un gran potencial educomunicativo, y de cara a evaluar los valores añadidos del mismo, basamos nuestra metodología en el análisis descriptivo-cualitativo de la plataforma web así como en el uso de la entrevista.

Palabras clave

Documental interactivo, Transmedia, Alfabetización mediática, Educomunicación, Cambio climático, Jóvenes

Abstract

Digital narratives, thanks to their intrinsic characteristics, are opening fields of interest in topics that require commitment and social action. Climate change, due to its global dimensions, requires a new form of citizen action so that the new generations are challenged to take innovative action. The present study aims at addressing the edu-communication aspects of *Youth Against Climate Change*, a transmedia and interactive project characterised by a double perspective: education in communication media and education with media. Assuming that JFCC is a project with a high edu-communicative potential, and in order to assess its added value, we base our methodology on the descriptive and qualitative analysis of the web platform as well as interviews.

Keywords

Interactive documentary, Transmedia, Media literacy, Educommunication, Climate Change, Youth

1. INTRODUCCIÓN

A lo largo de la última década hemos asistido a un florecimiento de proyectos asociados a las tecnologías y narrativas digitales o “narrativas desplegadas” (Álvarez, 2012: 51) para abordar temas de carácter social. Por narrativas digitales entendemos aquellas que posibilitan un espacio para la interacción entre los usuarios y la interfaz, erigida con frecuencia en una metáfora espacial que va más allá de los límites de las concepciones instrumentales o conversacionales (Scolari, 2013). Desde la perspectiva de las prácticas comunicativas, las narrativas digitales, superando los límites de los medios de comunicación tradicionales, llevan décadas posicionándose en los más diversos géneros y plataformas, dando lugar a su vez a nuevos géneros de carácter convergente, híbrido y aglutinador, al tiempo que abren multitud de posibilidades tanto desde el punto de vista narrativo como desde el entorno de la interacción.

La creciente proliferación de producciones en el campo del documental interactivo supone una muestra del potencial de las narrativas digitales desde la mirada convergente. Autores como Gaudenzi (2013), Grifeu (2013), Flores y Porto (2013) o Rose (2008), entre otros, desde la vertiente anglosajona y latinoamericana, ofrecen definiciones abiertas de este género que se encuentra en constante proceso expansivo de posibilidades creativas y tecnológicas. Para Grifeu, en una definición provisional, “los documentales multimedia interactivos son aplicaciones interactivas en línea o fuera de línea, realizadas con la intención de representar la realidad con unos mecanismos propios que denominaremos modalidades de navegación e interacción, en función del grado de participación que contemplen” (2010: 192-204).

Al margen de las definiciones, los documentales interactivos, o cualquier otro género periodístico o cinematográfico concebido desde la interactividad y la multimedialidad, pasa por una serie de características que rompen con la unidireccionalidad emisor-receptor con la que se han concebido tradicionalmente los mensajes desde los medios de comunicación social:

La naturaleza de los tres roles principales del documental convencional –emisor, texto y receptor– se ve profundamente afectada [...]: el autor no puede plantearse crear un discurso cerrado y subjetivo, y debe asumir una cierta pérdida de control discursivo, la narración pasa de un orden discursivo basado en un esquema lineal y secuencial a un multidesarrollo de planteamientos, nudos y desenlaces, y el interactor

se configura como pieza clave gracias a la cual adquiere nuevas características generativas (participación, contribución y co-creación) (Grifeu, 2013: 28)

En efecto, la capacidad de implicar al usuario desde la co-participación narrativa, dialógica o accional hace que los géneros interactivos se erijan en una herramienta no sólo de comunicación sino también de acción. De acuerdo con Ocaik: *"the new media documentary filmmaker has to refine her filmic idea and develop her film in a new surface/space within the new media environment, which is equipped with new media tools, by taking into account this new user in the realm of the new media culture"* (2014: 257). Es por esta capacidad de acción por la que los géneros interactivos están posicionándose en un nicho temático donde la comunicación para el cambio social ocupa un lugar protagonista. Esta característica, junto con las ventajas añadidas de ser difundidos a través de una plataforma web (acceso abierto, transnacional, atemporal, contextual, multimediático...) han propiciado que las narrativas digitales se abran a campos que requieren compromiso y acción social, tales como el cambio climático.

Por sus dimensiones mundiales, sus consecuencias a escala planetaria y por el futuro de la biodiversidad, el cambio climático se ha convertido en un problema cuyo devenir está en manos, entre otros muchos factores, del compromiso y la acción social. La masiva movilización ciudadana que precedió la pasada Cumbre Mundial sobre el Clima del 23 de septiembre de 2014 en Nueva York da muestras de la preocupación que suscita.⁷

En España, la última encuesta nacional sobre la percepción de la población española ante el cambio climático realizado por la Fundación Mapfre revela que estamos ante un fenómeno ya reconocido desde la perspectiva de la ciudadanía: para el 90,1% de las personas encuestadas, el cambio climático está ocurriendo y sólo el 8,4% lo atribuye exclusivamente a causas naturales (2013). Sin embargo, a pesar de este reconocimiento, los resultados revelan que la población española ha relegado este tema a un segundo plano, influenciado en parte por la crisis económica. El estudio pone de manifiesto también otros aspectos de la percepción ciudadana respecto al cambio climático: los riesgos aparecen como distantes y las responsabilidades se atribuyen principalmente a industrias y gobiernos, minimizando la importancia

⁷ Esta movilización fue considerada por los medios de comunicación como "la marcha más grande de la historia en contra del cambio climático" con más de 300.000 personas en las calles de Nueva York y más de 2.000 eventos en 162 países. Fuente: <http://www.bbc.com/news/science-environment-29301969>

de las acciones individuales. En este sentido, los trabajos de autores como McKeown and Hopkinks (2013), Moser and Dilling (2011), Reig (2010) o Shafer (2012) que han realizado investigaciones con metodologías más cualitativas, llegan a conclusiones similares, enfatizando la importancia y necesidad de acción social para reducir el problema. Estos autores basan su hipótesis en la inexistencia de una producción de contenidos adecuada y eficaz en relación al cambio climático.

Desde una perspectiva mediática, en el campo específico del cambio climático, son numerosos los estudios que demuestran el desencuentro entre medios de comunicación tradicionales y los jóvenes (Coyle, 2005; Manovich, 2001; McBean y Hengeveld, 2000; McKeown y Hopkins, 2013; Nisbet, 2009). Cooper lo describe como la influencia no intencionada de los medios de comunicación: *“traditional informal science education methods are unable to adequately educate the public about controversial topics such as climate change because numerous sources of information counter or distort, rather than reinforce or clarify, scientific knowledge”* (2011: 233). De hecho, las redes sociales online, los blogs y los documentos audiovisuales en la web son el principal canal para la búsqueda de información científica para los jóvenes españoles menores de 25 años, según la VI Encuesta de Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología del FECYT (2012).

Ante este panorama cabe preguntarse si los formatos interactivos están llamados a liderar la renovación de los parámetros de la comunicación para el cambio social. Al igual que para el resto de la población, los formatos de comunicación digitales también están abriendo a los jóvenes nuevas posibilidades de relacionarse con su realidad circundante. Pero como ya apuntaba en el año 2005 el Informe de la UNESCO sobre las denominadas sociedades del conocimiento, las nuevas generaciones están llamadas a desempeñar un papel fundamental en su configuración, gracias a su posicionamiento a la vanguardia de la utilización de las nuevas tecnologías y su contribución a la inserción de éstas en la vida diaria (2005). Como nos recuerda Henry Jenkins en un artículo publicado en *Technology Review* en el 2003, el transmedia es la cultura producida para la generación que creció mirando Pokémon, Star Wars y He-Man: *“hemos entrado en una nueva era de convergencia de medios que vuelve inevitablemente el flujo de contenidos a través de múltiples canales”* (cit. por Scolari, 2013: 24).

En el sector concreto de la resiliencia y la adaptación al cambio climático, recientes producciones están aportando algunas claves para repensar las

nuevas tendencias narrativas. En este sentido, la plataforma que engloba el proyecto *Disaster Resilience Journal*, (Mike Robbins, Elaine Sheldon, 2014)⁸ representa una apuesta original desde el punto de vista de la estructura narrativa. El proyecto multimediático se despliega a modo de diario sobre diferentes formas de luchar contra los efectos del cambio climático en distintas partes del mundo, con un total de 24 países. Está concebida para publicar cada día un nuevo artículo del diario a lo largo de 42 días, cada uno asociado a un tema general en torno a la reducción del riesgo medioambiental (construcción de refugios seguros en zonas de riesgo, técnicas de prevención de la erosión del suelo, simulacros de evacuación, etc...). La plataforma genera interacciones a través del uso de videos, fotografías, juegos, concursos, acceso a las redes sociales, etc... Esta necesidad de actualización desde la propia estructura de la plataforma entronca con el concepto de *living documentary* de Gaudenzi: "living documentary is [...] an assemblage composed by heterogeneous elements that are linked through modalities of interaction. It can have different levels of autopoiesis and can be more or less open to transformation" (2013: 84). Las propuestas narrativas digitales se nos muestran así como entes que adoptan su propia vida y dinamismo interno.

Por otro lado, la capacidad dialógica de los usuarios con las interfaces a la que aludíamos anteriormente puede ilustrarse con un proyecto como *The Challenge* (Laetitia Moreau, 2010),⁹ que ha sido descrito como una *environmental global media adventure* y ha sido concebido como un proyecto transmedia. En este caso concreto la expansión del concepto de receptor entra en la dinámica del juego de roles. En él se invita a los usuarios de Internet a adoptar el papel de un periodista independiente que se dirige al Amazonas en busca de información acerca del desastre ecológico provocado por la compañía de petróleo norteamericana Texaco. *The Challenge* sumerge al usuario en un dilema moral que le lleva a tener que decidir entre la protección de la biodiversidad y el enriquecimiento a corto plazo.

Esta producción se sitúa en la misma línea de otros documentales, como *The Journey to the end of coal* (2008), en el que también el navegante adquiere el rol de periodista de investigación sobre las precarias condiciones laborales en una zona minera en China. Este tipo de interactividad donde el usuario existe

⁸ Se trata de dos autores de reconocido prestigio. Elaine McMillion-Sheldon es directora de *Hollow* y Mike Robbins pertenece a Helios Design Labs. El proyecto está realizado con el apoyo de la Cruz Roja y la Comisión Europea (ECHO) y se ofrece en 11 lenguas europeas. Fuente: <http://disaster-resilience.com/#/en/en/day/1>

⁹ Producido por Honkey Tonk en coproducción con Canal + / Canal + Interactive / What's Up Films. Fuente: <http://lechallenge.canalplus.fr> (versión francesa)

en la narración al adquirir el papel de un personaje en el marco de una historia predefinida supone un mayor grado de interacción frente a otros modos de participación que limitan la acción del usuario a la exploración narrativa (Ryan cit. por Grifeu, 2013: 182). Las ventajas de cara a una comunicación eficaz pasan en este caso por el aspecto experiencial y/o vivencial de estos modos de participación aportando un valor añadido frente a las formas de comunicación tradicional. Como apunta Domínguez: “la convención del distanciamiento formal del autor del relato, de la ausencia de cualquier rastro del periodista en la información, como si ésta fuera el resultado de un proceso aséptico, no solo oculta a la audiencia la subjetividad del relato periodístico sino que consigue distanciarlo de éste al no aproximarse y explicarle la realidad que más le atañe” (2013).

El cambio climático representa una problemática donde la comunicación y junto a ella, la alfabetización mediática, adquieren un papel fundamental para la acción social. El cambio social es un objetivo global de gran dimensión y largo plazo. La educomunicación del cambio climático para el cambio social supone trabajar desde el ámbito de la educación, formal y no formal, para lograr una percepción del problema del cambio climático por parte de los jóvenes que atienda a las múltiples perspectivas y dimensiones políticas, ambientales, sociales y económicas de este fenómeno (Tesso, 2015)¹⁰. Proyectos educativos que integran la doble vertiente de educación en medios y educación con los medios tienen el potencial de transmitir conocimiento sobre un tema en cuestión, al tiempo que posibilitan el aprendizaje sobre el propio medio.

Éste es el caso de *Jóvenes Frente al Cambio Climático*, una coproducción audiovisual multiplataforma elaborada por jóvenes españoles en relación a la crisis climática. El objetivo del presente artículo es extraer los aspectos educomunicativos del proyecto JFCC y analizar su potencial de cara a una comunicación eficiente para la concienciación y acción social entre un sector poblacional llamado a generar cambios en los hábitos de consumo. Para ello, explicamos en nuestro siguiente epígrafe, las características del proyecto.

2. JÓVENES FRENTE AL CAMBIO CLIMÁTICO

¹⁰ Fuente: entrevista personal (enero 2015).

Desde la perspectiva convergente de jóvenes, cambio climático, educación en medios y cambio social, resulta de interés académico el proyecto *Jóvenes frente al cambio climático* (JFCC)¹¹. Tal y como lo describen los coordinadores, se trata de un proyecto de innovación audiovisual y educativa cuyo objetivo es la coproducción audiovisual multiplataforma con calidad profesional y empleo de las nuevas tecnologías para el desarrollo de contenidos audiovisuales elaborados por jóvenes en relación a la crisis climática, y divulgado a través las diferentes ventanas que tanto los medios convencionales como las nuevas tecnologías ofrecen en la actualidad (Teso, 2013).

La iniciativa fue desarrollada de forma colaborativa lo largo de 2012 por estudiantes de entre 18 años y 30 años procedentes de cuatro centros educativos de España: Centro para la Formación Audiovisual y Gráfica Puerta Bonita (Madrid), Institut Pere Martell (Tarragona), IES Néstor Almendros (Sevilla) y Escola de Imaxe e Son (A Coruña); todos ellos ofertan estudios superiores en ciclos formativos de grado superior de la familia de Comunicación, Imagen y Sonido y la familia profesional de Artes Gráficas.

Se trata de un proyecto transmedia, concebido para ofrecer su discurso a través de varios canales y medios de comunicación, y parte de dos líneas de trabajo principales:

1. Creación de un documental lineal de sensibilización social donde han participado más de 80 alumnos y 15 profesores. Se realizaron dos versiones: una para cine, de 50 minutos y otra para televisión, de 30 minutos de duración.
2. Creación de una plataforma web documental interactiva con contenidos multiplataforma, con estructuras narrativas adaptadas a las diferentes ventanas (Internet, redes sociales, móviles y tablets).

En él, cada uno de los centros ha realizado su propia propuesta de corto documental que puede visionarse de forma individual o como una sola pieza, en función de las distintas versiones que han sido creadas para su distribución en diferentes medios (televisión, versión para salas de cine, documental expandido¹² etc.). El eje temático central del proyecto gira en torno a mostrar la realidad del cambio climático que perciben los jóvenes en el entorno territorial de sus respectivos centros educativos: A Coruña, Tarragona, Sevilla

¹¹ Web del proyecto: <http://www.jovenesfrentealcambioclimatico.com>

¹² Por documental expandido se entiende en esta plataforma un documental interactivo, que rebasa los márgenes de la linealidad para ofrecer otro tipo de informaciones contextuales y de interacciones entre interfaz y usuario.

y Madrid. Las regiones climáticas exploradas van desde el clima atlántico hasta el continental pasando por el clima mediterráneo. También se desplazaron equipos de trabajo a las islas Canarias y a las Baleares para completar el mapa que dejan las huellas del cambio climático en todas las regiones climáticas de España, incluyendo el clima subtropical.

JFCC se enmarca a su vez en otro proyecto marco llamado "Los jóvenes vistos por los jóvenes", puesto en marcha desde el centro público de educación superior para la formación profesional audiovisual y gráfica Puerta Bonita (Madrid) en el año 2001¹³. De acuerdo con la coordinadora general del proyecto, Gemma Teso: "el principio básico que impulsó la puesta en marcha de este proyecto consiste en lograr que jóvenes estudiantes, mayores de edad y con el Bachillerato concluido, se conviertan en autores de discursos audiovisuales originales y alternativos dirigidos a otros jóvenes y a la sociedad en general a través de las «ventanas» que ofrecen los Medios de Comunicación Social (MCS) y los *New Media*" (2013: 167). El proyecto ha contado también con el trabajo de una PYME tecnológica con sede en Santiago de Compostela para la programación y el desarrollo de la Web audiovisual transmedia de este proyecto.

JFCC ha contado con las siguientes fases de ejecución:

Fase 1 (Enero-Marzo 2012). En esta fase se llevó a cabo el diseño de los contenidos y la concreción del plan de trabajo con las siguientes actividades: reuniones, documentación, elaboración de guiones tanto para la versión cinematográfica de la obra como para las piezas o contenidos transmedia para la web; taller de diseño gráfico y funcional de la web de proyecto, así como de la imagen corporativa del mismo.

Fase 2 (Marzo-Abril 2012). Incorporación de la innovación tecnológica y la producción de los contenidos audiovisuales (cuatro días de encuentro el Institut Pere Martell de Tarragona entre 40 alumnos y 12 profesores para establecer pautas de control de calidad del trabajo y coordinación de contenidos, entre ellos la realización de visionados conjuntos (profesores y alumnos) de los materiales elaborados hasta la fecha, etc). Durante el encuentro se celebraron también dos jornadas dedicadas al taller para la captación imagen en estereoscopia 3D, se visitó el centro de educación ambiental del Delta del Ebro

¹³ Proyecto financiado a través de las ayudas competitivas del Ministerio de Educación y Ciencia. Resolución 5 abril 2011 de la Secretaría de Estado de Educación y FP.

y hubo una sesión de grabación de vídeo en 3D en esta localización. Actividades parciales de grabación y montaje.

Fase 3 (Abril-Junio 2012). Producción de contenidos para la webdoc y la programación de la misma. Tercer encuentro número de la red de Centros en A Coruña, con la asistencia de 36 alumnos y 10 profesores de los cuatro centros participantes. Durante este encuentro se llevó a cabo un taller de etalonaje digital.

Fase 4 (Junio-Septiembre 2012). Montaje de los contenidos e incorporación para la webdoc; plan de difusión del proyecto. Último encuentro de alumnos y profesores de la Red de centros en Sevilla. Taller sobre sistemas de sonido en 3D. Actividades de post-producción. Estreno y primeras presentaciones del proyecto.

Fase 5 (Octubre-Diciembre 2012). Divulgación del proyecto en las diferentes ventanas de distribución y eventos relacionados con la alfabetización mediática y la educación ambiental. Testado de resultados.

En conclusión, como proyecto educativo en el ámbito de la comunicación, JFCC ha constituido una experiencia compartida por alumnos y profesores, con un alto nivel de encuentros, reuniones de los equipos de trabajo locales y nacionales, rodajes en muy diversas localizaciones, talleres de formación, talleres para el diseño de la webdoc del proyecto, edición del DVD, organización de estrenos y presentaciones o la grabación del programa especial que "La Aventura del saber" de TVE-2 dedicó a este proyecto el día ocho de octubre de 2012.

3. MARCO CONCEPTUAL Y METODOLÓGICO

La alfabetización mediática o informacional o *Media and Information Literacy* (MIL), como la denomina la UNESCO, ha de entenderse como una serie de competencias esenciales, compuesta por conocimientos, habilidades y actitudes, con el fin de promover respuestas críticas a la información que se consume y fomentar una predisposición hacia los medios de comunicación (UNESCO 2012). La MIL, con Internet y las tecnologías digitales como un exponente más de su estudio y alcance, forma parte de las competencias esenciales del currículo obligatorio de los sistemas educativos, bien como objeto específico de enseñanza - educación en medios - o bien abordándose

como contenido transversal. Para ilustrar éste último caso piénsese, por ejemplo, en una película cinematográfica (o un periódico, o un programa de radio, o los contenidos de una red social, etc) que se utilice para el aprendizaje de idiomas (o para una clase de Historia, de Geografía, de Arte, etc).

Así, Pérez Tornero y Varis describen la alfabetización mediática en los siguientes términos: “the process of assimilating and using the codes involved in the contemporary media system as well as the operative skills needed to properly use the technological systems on which these codes are based. It includes the individual capacity to communicate using the media competently” (2010: 5). Para Shafer, la alfabetización mediática resulta fundamental a la hora de proporcionar competencias para analizar de manera crítica la información recibida - en una red con abundantes datos e intereses conflictivos- y habilita para producir mensajes propios desde esta premisa (Shafer, 2012).

En nuestro trabajo partimos de la hipótesis de que los valores añadidos que comporta *Jóvenes Frente al Cambio Climático* lo convierten en un proyecto educativo de referencia. Siendo el objetivo principal analizar cuáles son esos valores diferenciales educativos de JFCC, hemos recurrido a una metodología cualitativa, compuesta por el análisis descriptivo-cualitativo de la plataforma web del mismo, así como de uso de la entrevista¹⁴. Para elaborar la ficha de análisis de la plataforma nos hemos inspirado en el *Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels* (European Commission, 2009), coordinado por Pérez-Tornero y Celot, que ofrece indicadores para la evaluación de los niveles de alfabetización mediática en un contexto/país determinado. Entre esos indicadores los autores recogen “factores ambientales” (acceso a la información, contexto de alfabetización mediática en cada país) y “habilidades individuales”. Éstas últimas pueden ser competencias de carácter personal (tanto para el uso de los medios como para la comprensión crítica de los contenidos) como “competencias sociales” (capacidad de participar socialmente a través de la creación de contenidos). El fin último de la Alfabetización Mediática, así, pasa por la adquisición de destrezas, habilidades y competencias de carácter personal y social,

¹⁴ Entrevista realizada a la coordinadora general del proyecto, Gemma Teso. Ella forma parte del grupo de investigación Mediación Dialéctica en Comunicación Social (MDCS) de la Universidad Complutense, que en colaboración con los centros de formación audiovisual, ha llevado a cabo un proceso de investigación con el objetivo de contrastar el discurso mediático en torno al cambio climático con la percepción social del riesgo que supone este fenómeno para los jóvenes. Este trabajo de investigación queda reflejado en la plataforma web del proyecto (Teso, 2013). Web del proyecto: <http://www.jovenesfrentealclimaticocambio.com>

encaminada a la comprensión crítica del mensaje y a la propia producción de contenidos. Inspirándonos en este modelo, hemos elaborado una ficha de análisis con las siguientes preguntas:

- ¿Cómo se ha producido el acceso a la información y qué hace que ese acceso a la información comporte valores añadidos?
- ¿Se enmarca JFCC en un contexto de alfabetización mediática desde su propia gestación? ¿Qué importancia tiene?
- ¿Cuál es la relación del proyecto con los medios de comunicación? ¿Cómo facilita el proyecto el conocimiento y comprensión de los mismos?
- ¿Hasta qué punto JFCC habilita a los jóvenes a generar sus propios mensajes desde la perspectiva crítica? ¿Hasta qué punto se convierte en una herramienta de participación social?
- Finalmente, ¿qué papel juega la transmedialidad y la interactividad como valor añadido?

4. LOS VALORES EDUCOMUNICATIVOS DE JÓVENES FRENTE AL CAMBIO CLIMÁTICO

Siguiendo nuestro esquema metodológico, en las siguientes líneas tratamos de extraer los aspectos educomunicativos de este proyecto y analizar los elementos que le otorgan potencial y valor añadido de cara a una comunicación eficiente para la concienciación y acción social entre un sector poblacional llamado a generar cambios en los hábitos de consumo.

En este sentido, una de las primeras características que le otorgan valor añadido al proyecto desde la perspectiva de los factores ambientales, uno de los indicadores recogidos en *Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels* reside en que el acceso a la información se lleva a cabo con actividades basadas en la experiencia directa con el tema de trabajo y en el fomento de las relaciones sociales presenciales entre los miembros de la red de centros de trabajo. Junto a los procesos de documentación seguidos por los alumnos de cara a la comprensión del fenómeno del cambio climático, profesores y alumnos tienen encuentros, reuniones, talleres y grabaciones *in situ* que permiten comprobar de primera mano los efectos del cambio climático. No

queda circunscrito por tanto a fuentes secundarias procedentes de los medios de comunicación, sino que se amplía el acceso a la información desde la experiencia directa, al tiempo que se va creando comunidad y se abre el círculo de relaciones sociales.

Junto a este aspecto cabe destacar, en segundo lugar, que JFCC ha sido producido en el marco de unas actividades guiadas y coordinadas (descritas en el apartado 2) por docentes como parte de actividades lectivas. En la sociedad del conocimiento, un elemento clave para adquirir cultura científica y abordar la ciencia desde una perspectiva crítica es la adquisición de competencias mediáticas. Como apunta Stahl (1996): *"Without direct instruction on how to critically analyze and question information from the media, students typically rely on the first or most abundant information they encounter and ignore conflicting or less abundant information"*.

En JFCC, los jóvenes aprenden a crear contenidos audiovisuales y otros contenidos de carácter interactivo y transmedia, a la vez que reflexionan sobre el cambio climático y su compromiso con las medidas de mitigación y adaptación al mismo, a raíz de su propio trabajo de investigación. Este hecho, por sí mismo, enmarca al proyecto en una doble vertiente que hace uso de la educación en medios y la educación con los medios. Cuando los proyectos educativos integran esta doble perspectiva pueden desembocar en experiencias muy enriquecedoras por su capacidad de utilizar cualquier medio de comunicación para transmitir conocimiento al tiempo que posibilitan el aprendizaje sobre el propio medio, algo que representa un acierto desde la alfabetización mediática.

Respecto a cómo JFFF habilita a los jóvenes a generar sus propios mensajes desde la perspectiva crítica conviene constatar que el proyecto está ideado para que sean los propios alumnos y alumnas los artífices de la producción de contenidos, con el apoyo de docentes y profesionales. En este sentido existe un factor determinante: la franja de edad de los creadores del proyecto, como indicábamos anteriormente, va de los 18 a los 30 años, algo que ha podido contribuir a generar contenidos con los que la población juvenil se sienta identificados. El hecho, por ejemplo, de que algunos de los protagonistas del documental sean adolescentes, puede reforzar el proceso de identificación y cohesión social entre emisor (o creador), mensaje y receptor (o usuario) con el mismo. Así, de las cuatro propuestas de cortos documentales realizadas por cada uno de los institutos, tres de ellas colocan directamente a los jóvenes delante de la cámara. Siguiendo a Teso: "son los propios jóvenes los que se

dirigen a un público de similares características y aspiraciones, coproduciendo con calidad profesional y abriendo así la ventana de los medios al discurso original de los jóvenes (2013).” Además de llegar a un público de similares características, los jóvenes divulgan el mensaje al resto de la comunidad local donde se circunscriben, por medios de foros y encuentros. Gracias a ellos, los centros educativos adquieren así un papel relevante como protagonista de la vida cultural y mediática de cada región.

En este sentido la alumna del taller transmedia Ana Vaquerizo, en una entrevista para el programa de TV2 *La Aventura del Saber* (2012), se pronunciaba en los siguientes términos: “estamos cansados de ser espectadores y recibir mensajes de forma pasiva sobre el cambio climático”. Efectivamente, los jóvenes demandan una cultura más democrática y participativa, donde sus voces sean escuchadas, en esa sociedad del conocimiento o sociedad en red en la que nos hallamos inmersos. Y los medios de comunicación tradicionales no han sido capaces de cumplir con esa función, ni tampoco de ofrecer alternativas a las estructuras sociales y formas de vivir existentes, porque en parte, ellos forman parte de este sistema en crisis. Así se pronuncia el alumno Alexander Romero del IES Pere Martell: “el fenómeno del cambio climático es latente y afecta directa e indirectamente a los jóvenes. A través del documental nos hemos dado cuenta de que existen nuevas estructuras sociales y nuevas formas de vivir. Tenemos más conciencia sobre el hecho de que hay recursos que son limitados y que el abuso pasará factura”.

Otro de los rasgos que confieren personalidad al proyecto pasa por el uso de la interactividad, en un contexto de proyecto transmedia vinculado con el aprendizaje y la enseñanza. Siguiendo a Gifreu (2012), algunas de las ventajas asociadas a la interactividad en el campo educocomunicativo residen en que el proceso comunicativo se convierta en un hecho cercano, directo e inmediato, en el aprendizaje colaborativo, en la posibilidad de fomentar el trabajo de equipo y en la adquisición de actitudes sociales, entre otras. El hecho de que se trate además de un proyecto colaborativo donde participan alumnos, docentes, profesionales y usuarios propicia tanto el intercambio de información como de experiencias.

Para comprender las prioridades marcadas por los creadores del proyecto, resulta reveladora la estructura de la plataforma. En ella se despliegan las siguientes pestañas: el proyecto, cambio climático, media library, remix zone, blog, energía, actúa. Analicemos con mayor detenimiento la dinámica interna de la arquitectura web:

Uno de los ejes centrales del proyecto reside en la inclusión de un documental interactivo (o "expandido") que proporciona información complementaria al documental lineal a través de la interactividad y la comunicación multimedia. Así, según avanza el usuario, la plataforma ofrece ventanas desplegadas con distintos contenidos y enlaces relacionados con la información para completar la experiencia audiovisual. El documental expandido de la plataforma se ha realizado con la aplicación popcorn. Como parte de esta narrativa desplegada, el usuario puede acceder a *Google Maps* para localizar los lugares donde la grabación ha tenido lugar; enlaces a noticias y a las páginas webs de las organizaciones a las que pertenecen los entrevistados, así como sus blogs; y legislaciones y políticas a nivel nacional, europeo e internacional, entre otros complementan. El usuario también puede seleccionar el visionado del documental expandido por zonas de grabación.

De esta forma, el o la usuaria participa en el visionado del proyecto de una forma activa en función de sus intereses. Para Xavier Berenguer (2008) algunas de las características asociadas al uso de los documentales interactivos en un contexto educativo son las siguientes: implica más sentidos; incrementa la atención, la comprensión y la retención; permite que cada uno busque su propio camino asociacionista; permite experimentar y construir las propias estructuras cognitivas; ayuda a completar y profundizar en la información; el feedback inmediato refuerza los conceptos; los errores se pueden corregir; hace lo complejo simple y lo abstracto concreto; es posible aprender y exponer analogías más profundas. Añadimos dos características más, a nuestro parecer fundamentales: permite unir acciones con emociones internas y satisface necesidades de identidad con el grupo.

En la relación con las posibilidades relacionales (Gaudenzi, 2013) derivadas de interactividad, JFCC ofrece un elemento de interés. La pestaña de la plataforma denominada *remix zone*, contiene todo el material de grabación bruto con el que los distintos centros elaboraron su propuesta de documental. La zona de remezcla permite al usuario experimentar con ese material libremente para volver a hacer una propuesta creativa, que será a su vez compartida a través del canal de Youtube. La plataforma interpela al usuario en los siguientes términos: "Hay muchas maneras de expresarse frente al cambio climático. ¿Cuál es la tuya?" Es aquí donde el concepto de autoría se expande hacia el documental expandido. De acuerdo con Ersan Ocak: "*New media, with its distinct features, not only enable documentary filmmakers to think, imagine, design, and develop documentary projects within new forms, but also enforce*

them to make documentary in different ways" (2014: 256). Esta manera de co-actuar con la plataforma, tanto en la forma como en el contenido, situaría el proyecto JFCC en un nivel alto de interactividad, donde más allá de decidir las formas y ritmos de navegación o más allá de adoptar un rol otorgado por la plataforma, el usuario se convierte también en coautor, a través de estas remezclas del material original, subidas de nuevo a una red social, ampliando así las posibilidades educativas del proyecto.

Otro elemento de importancia desde un punto de vista educomunicativo reside en si el proyecto genera comunidad a través de las redes sociales en torno al tema principal. ¿De qué manera se articula el uso de las redes sociales? ¿Se apuesta por una, por varias? En este sentido, JFCC ha generado una de sus señas de identidad a través del portal de Facebook¹⁵. Su cuenta en esta red social ha alcanzado los 437 "me gusta" (a fecha del 27 de Octubre de 2014). Las publicaciones, casi a diario, comparten con los usuarios noticias, videos, mapas y todo tipo de recursos a cerca del cambio climático, sus causas y sus impactos, pero no sólo sobre cambio climático sino sobre temas relacionados tales como la energía, consumo, ecología o ética, desde el ámbito local, nacional e internacional. Cabe destacar que algunas publicaciones invitan al activismo online o "clicktivism", en el que miles de usuarios generan peticiones a través de internet para alertar sobre ciertos temas y generar concienciación. JFCC también ha lanzado una cuenta de Twitter, la cual cuenta con 41 seguidores, y un blog. Sin embargo, estas redes han generado menos actividad y seguimiento que su página de Facebook.

Por otro lado, cabe destacar la inclusión de la pestaña "actúa", fin último quizás de este tipo de proyectos de comunicación y acción social, y al que el aprendizaje digital abre nuevos caminos previos a la acción, como el cambio de actitud y el posicionamiento cívico ante el cambio climático. Quizás por ello, la pestaña "actúa" aparece como una constante en la mayoría de los proyectos interactivos de temas medioambientales.

Según Teso, todo el engranaje de la interactividad, visto en su conjunto, permitió poder dotar al proyecto de mayor profundidad y línea de lectura a los contenidos creados, además de tener presente una percepción global y permanente del mapeado de la web y los puntos de encuentro con el trabajo desarrollado por los jóvenes de otros centros.

¹⁵ <https://www.facebook.com/JovenesYCambioClimatico>

Al finalizar la producción audiovisual y la plataforma transmedia, los protagonistas de este proyecto coinciden en la importancia de los impactos del cambio climático y en la urgencia de tomar acciones tal y como señalan los expertos entrevistados, a los que los jóvenes han dado voz en este documental. Así resume el proceso en la *Aventura del Saber* la coordinadora general del proyecto, Gemma Teso: “Los propios educadores hemos podido constatar los cambios en la visión y percepción de estos problemas por parte de los jóvenes, quienes han evolucionado y madurado conforme a lo experimentado gracias al trabajo y las actividades desarrolladas en cada una de las producciones audiovisuales”.

Como parte de la metodología interna del proyecto JFCC, además de los registros basados en la observación llevados a cabo por los profesores, se sometió a un test a los participantes que trabajaron en la creación de contenidos justo unos meses después de concluir su labor. Valoraron muy positivamente el progreso obtenido en sus competencias mediáticas como profesionales y, sobre todo, el aprendizaje que supuso para ellos el trabajo codo con codo con los profesores participantes en un proyecto de producción real y profesional.

5. CONCLUSIONES

La interactividad, la comunicación bidireccional y los procesos colaborativos que caracterizan a las narrativas digitales tienen el potencial de romper esa barrera entre saber el nombre de algo y saber lo que realmente es, diferencia a la que acertadamente aludía el físico Richard Feynman. Proyectos educativos como *Jóvenes Frente al Cambio Climático* demuestran que integrar esa doble vertiente de educación en medios y educación con medios permite no solo aprender sobre los propios medios, sino desarrollar la capacidad crítica y de análisis de la realidad sobre un tema en concreto.

Por su capacidad de generar comunidad a través de las redes sociales, de convertir al usuario en co-autor, de crear empatía e identificación entre mensaje y público objetivo y por la doble vertiente desde la que está concebido, educar en medios y con medios, JFCC se nos presenta como un proyecto con un alto valor educomunicativo que puede representar un modelo de aprendizaje colaborativo, interactivo y transmedia para su aplicación a cualquier otro campo donde la comunicación y la acción social vayan emparentadas.

El carácter colaborativo que se desprende de JFCC ha generado también valor añadido por la experiencia vivencial que de él se desprende a partir de los viajes, encuentros, los grupos de discusión con los jóvenes, los debates entre grupos de expertos, los talleres de formación, etc., en los que se sustenta el proyecto. Y esta participación presencial resulta fundamental para los jóvenes. Así valora el proyecto la coordinadora Gemma Teso:

Este proyecto ha permitido a los estudiantes que han participado abordar la comunicación del riesgo del calentamiento global en relación al futuro de los entornos naturales, sociales y económicos en nuestro planeta. Partiendo del conocimiento general del fenómeno hasta llegar al impacto territorial concreto, los jóvenes han trabajado observando y registrando audiovisualmente las huellas que el cambio tiene en sus propios territorios, de manera que también se refuerza el compromiso con su propio entorno y con sus propios centros educativos. Este trabajo ha permitido a los alumnos tener una experiencia de intercambio con otros jóvenes que ha incidido positivamente en el desarrollo de su creatividad personal y profesional. Por otra parte, trabajar en este proyecto ha supuesto para los más de 80 jóvenes participantes una experiencia profesional directa y el desarrollo de sus capacidades para el trabajo en equipos interdisciplinarios, no solo de su centro, sino en colaboración con los alumnos de otros centros diferentes. Este intercambio de experiencias ha afianzado sus conocimientos y, sobre todo, las actitudes más positivas para el desarrollo de nuevos proyectos e iniciativas. Además, han tenido la oportunidad creativa de elaborar un mensaje propio y de hacer llegar su voz al resto de los jóvenes y a la sociedad tanto a través de los medios convencionales como a nivel internacional a través de Internet (2015)¹⁶.

En un mundo de constantes desafíos de carácter tecnológico, resulta fundamental capacitar a los jóvenes en el uso de las herramientas digitales y empoderarlos como ciudadanos comprometidos con cuestiones tan relevantes como el cambio climático, que marcará las políticas energéticas y económicas del futuro. Por este motivo, junto a la alfabetización mediática tradicional, hemos de considerar estas nuevas formas de alfabetización transmedial y expandida, como *Jóvenes Frente al Cambio Climático*, ya que pueden estar dando respuesta a unos modos de comunicación más eficientes que los medios tradicionales de cara a la acción y el compromiso social.

¹⁶ Fuente: entrevista personal (enero 2015).

Así, para el grupo de el grupo de investigación Mediación Dialéctica en Comunicación Social (MDCS) de la Universidad Complutense: “el compromiso actual de los medios de comunicación social con la crisis del cambio climático se ha revelado poco eficaz atendiendo a la falta de información y formación precisas que tiene la población en general sobre la verdadera naturaleza del cambio climático. Resulta imperioso el desarrollo de nuevas propuestas y modelos comunicativos, que incidan en relevancia del tratamiento mediático de la solución para mejorar el discurso hegemónico sobre el cambio climático en los medios de comunicación” (Fernández et al., 2013).

El reto para educadores y creadores de iniciativas como JFCC consiste en saber cómo explotar estas nuevas oportunidades de aprendizaje social e incorporarlos a la práctica educomunicativa en las aulas y en la enseñanza. A la vista de las conclusiones extraídas por los coordinadores del proyecto, será necesario adaptar la metodología empleada tanto para el diseño del contenido como para la producción audiovisual a los diferentes niveles y contextos educativos. Por otro lado, será necesario prestar atención, de forma paralela a la creación de contenidos expandidos, a los estudios de recepción de las audiencias jóvenes respecto a su experiencia de aprendizaje durante la navegación por la web de proyectos como JFCC, que nos permitirán ofrecer datos concluyentes sobre la influencia de la interactividad en el aprendizaje de los usuarios.

BIBLIOGRAFÍA

ÁLVAREZ, R. (2012). “Tensiones de la narrativa serial en el nuevo sistema mediático”. Anàlisi (Monogràfic: Audiovisual 2.0: Narratives, recepció i consum en els nous hipertextos), N^oFebrero, 51-65.

BERENGUER, X. (2008). “Ventajas educativas de los interactivos”. [Slideshare clases, Pompeu Fabra – Barcelona 2008:

<http://www.upf.edu/pdi/dcom/xavierberenguer/cursos/interact/diapos/7-documental-interactiu.htm> [Fecha de consulta: Noviembre 2014].

COOPER, C. B. (2011). “Media Literacy as a Key Strategy Towards Improving Public Acceptance of Climate Change Science”. BioScience. 61.3, 231-237.

DÍAZ NOSTY, B. (2009). "Cambio Climático, consenso científico y construcción mediática. Los paradigmas de la comunicación para la sostenibilidad". Revista Latina de Comunicación. Numero 64.

DOMÍNGUEZ, E. (2013). Periodismo inmersivo. Fundamentos para una forma periodística basada en la interfaz y en la acción. Tesis doctoral, Barcelona: Universitat Ramon Llull.

EUROPEAN COMMISSION (2009). Study on Assessment to Criteria for Media Literacy Levels. A comprehensive view of the concept of media literacy and an understanding of how media literacy levels in Europe should be assessed. Brussels: European Commission

FECYT - ESPAÑOLA PARA LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA (2012). VI Encuesta de Percepción Social de la Ciencia. Madrid: FECYT

FERNÁNDEZ, R; TESO, G; PIÑUEL, J.L (2013). "Propuestas de soluciones en la comunicación del cambio climático". Razón y Palabra. Número 84, Septiembre-noviembre.

FLORES, M y PORTO, D. (2013). Periodismo transmedia - reflexiones y técnicas para el ciberperiodista desde los laboratorios de medios interactivos. Madrid: Fragua.

FUNDACIÓN MAPFRE (2013). La respuesta de la sociedad española ante el cambio climático 2013. Madrid: Instituto de Prevención Salud y Medioambiente.

GAUDENZI, S. (2013). "The Living Documentary: from representing reality to co-creating reality". Tesis doctoral, London: University of Goldsmiths. Centre for Cultural Studies (CCS).

GIFREU, A. (2010). "El documental multimedia interactivo. Por una propuesta de definición y categorización del nuevo género emergente". Actas del II Congreso Internacional Comunicación 3.0, Salamanca 2010, 192-204.

- (2012). "Interactive documentary and education: a field to explore". I-docs.

- (2013). El documental interactivo. Evolución, caracterización y perspectivas de desarrollo. Barcelona: Editorial UOC.

MANOVICH, L. (2001). The Language of New Media. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.

Mc BEAN, G; HENGEVELD, HG. (2000) . "Communicating the science of climate change: A mutual challenge for scientists and educators". Canadian Journal of Environmental Education. Nº 5, 9-23.

McKEOWN, R. And HOPKINKS, C. (2013). "Rethinking Climate Change Education. Everyone wants it, but what is it?". Green Teacher Journal. Nº 89.

MOSER, S.C. and DILLING, L. (2011). Communicating Climate Change: Closing the Science-Action Gap. Oxford Handbook of Climate Change and Society. Oxford: Oxford University Press.

NIESBET, C.M. (2009). "Communicating Climate Change: Why Frames Matter for Public Engagement". Environment: Science and Policy for Sustainable Development. Nº 51.2, 12-23.

NISBET C.M. SCHEUFELE .DA. (2009). "What's next for science communication? Promising directions and lingering distractions". American Journal of Botany. Nº 96.

OCAK, E. (2014). "Playing with documentary film within the database logic and culture. New Media Documentary". MOSER, D. DUN, S (eds). A Digital Janus: Looking Forward, Looking Back. Oxford: Interdisciplinary Press..

PÉREZ TORNERO, J.M. (2008). "La sociedad multipantallas: retos para la alfabetización mediática". Comunicar. Nº 31, V. XVI, 15-25.

REIG, R. (2010). "Condicionantes estructurales del trabajo del periodista: las causas de una sociedad desinformada". Global Media Journal. 7,14-39

ROSE, M. T (2008). "As We Might Watch: What might arise from reconsidering the concept of interactive film?". Journal of Media Practice. V 9, Nº 1, 19-27.

SCOLARI, C. (2009). Hacer clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales. Barcelona: Gedisa.

- (2013). Narrativas Transmedia. Cuando los medios cuentan. Deusto.

SHAFER, M. (2012). "Online communication on climate change and climate politics: literature review". WIREs Climate Change. V 3, Nº 6

STAHL, S. (et alt) (1996). "What happens when students read multiple source documents in history?". Reading Research Quarterly. Nº 31, 430–456.

TESO, G. (2013). "Jóvenes frente al cambio climático. El discurso profesional y transmedia de los jóvenes en relación a este tópico". XIII Congreso Internacional IBERCOM Comunicación, Cultura y Esferas de Poder. Santiago de Compostela.

- (2013). "Los Jóvenes vistos por los jóvenes, un proyecto marco para incentivar la creación, participación y competencias comunicativas de los futuros profesionales del sector audiovisual". II Congreso Internacional de Educación Mediática y Competencia Digital Ludoliteracy, creación colectiva y aprendizajes. Barcelona.

UNESCO (2005). Hacia las sociedades del conocimiento. Informe Mundial. Paris: ediciones UNESCO.

WESTBROOK, L. (2014). BBC report on 21st September 2014