

## **AULA UNIVERSITARIA Y NATIVOS DIGITALES: NUEVOS HÁBITOS DE APROXIMACIÓN AL TEXTO AUDIOVISUAL**

**Antonio Jesús Benítez y Asier Aranzubia Cob**

*Universidad Carlos III de Madrid*

### **Resumen**

La experiencia en el aula con los estudiantes universitarios del área de comunicación audiovisual nos hace pensar que poseen una formación radicalmente diferente a la que tuvieron sus profesores. Los así llamados “nativos digitales” han consolidado su condición de espectadores en un entorno de contenidos fragmentados, facilidad de acceso a los textos audiovisuales y estrategias de aprendizaje no lineales e interactivas. ¿Es cierto que existe un abismo entre la manera en que el profesor y el alumno contemplan y asimilan la imagen audiovisual? Parece evidente la necesidad de encontrar nuevas fórmulas docentes que sirvan para tender puentes entre dos concepciones divergentes. Para empezar a concebir posibles respuestas se ha llevado a cabo una revisión de la literatura académica existente y se han llevado a cabo cuestionarios a estudiantes y profesores de esta área universitaria. Los resultados preliminares de esta investigación parecen apuntar a que los nativos digitales poseen un grado de competencia audiovisual superior aunque, paradójicamente, una menor capacidad de concentración para los textos fílmicos de duración convencional.

### **Abstract**

The classroom experience with college students in the area of audiovisual communication makes us think we have a radically different training than their professors had. The so-called "digital natives" have consolidated their status as spectators in an environment of fragmented contents, ease of access to audiovisual materials and non-linear and interactive learning strategies. Is it true that there is a gap between the way the professor and student contemplate and assimilate the audiovisual image? It seems evident the need to find new teaching formulas that serve to build bridges between two divergent conceptions. A review of existing academic literature has been conducted and questionnaires have been carried out to students and professors

of this university area in order to begin to conceive possible answers. Preliminary results of this study seem to indicate that digital natives have a higher degree of audiovisual skills although, paradoxically, they seem to have a reduced ability to concentrate on film texts of conventional duration.

### **Introducción**

Nuestra experiencia de más de diez años como docentes en Comunicación Audiovisual nos empuja a pensar que nuestros alumnos leen las imágenes audiovisuales de una manera radicalmente distinta a la nuestra. Es decir, este trabajo parte de la sospecha (compartida y, en buena medida, confirmada por otras investigaciones) de que el entorno en el que se han desarrollado nuestros alumnos como espectadores ha tenido consecuencias directas sobre la manera en que las nuevas generaciones descodifican los relatos audiovisuales. No se trata del desajuste entre las preferencias o los gustos cinéfilos que tradicionalmente han separado a alumnos y profesores (a los alumnos les gusta el cine “espectacular reciente” y a los profesores el cine de autor de décadas pasadas). Hablamos de una transformación más profunda que afecta a la manera en que las nuevas generaciones (los llamados “nativos digitales” o “*millennials*”) leen, comprenden y asimilan la imagen audiovisual.

Gisbert y Esteve (2011, p. 49) lo formulan de la siguiente manera:

“Los estudiantes actuales han cambiado radicalmente respecto a los de décadas anteriores. Representan la primera generación que ha crecido rodeada de tecnologías, tales como Internet, los videojuegos o los teléfonos móviles, y, por ende, poseen ciertas características y habilidades respecto a las TIC que los diferencian de las generaciones anteriores”.

Prensky (citado por Gisbert y Esteve, 2011, p. 50) va un poco más lejos y afirma que estamos ante la “primera generación que creció con esta tecnología y como resultado de ello no piensan ni procesan la información de la misma manera que sus predecesores, ya que sus patrones de pensamiento han cambiado.”

Varios autores caracterizan la construcción de su forma de aprendizaje en términos de hipertextualidad, fragmentación, multitarea, participación, actitud activa (Jaramillo, Castellón y Estévez, 2013), cognición distribuida (Jenkins, citado en Jaramillo et al., 2013), procesado de la información en paralelo, acceso aleatorio y

preferencia por el gráfico (Prensky, citado en Jaramillo et al., 2013), autoformación y trabajo colaborativo (Benítez y Stepanian, 2012).

Si el visionado de películas en televisión supuso la aparición de un nuevo tipo de espectador cinematográfico (menos concentrado, con una atención más dispersa), la proliferación de dispositivos móviles ha multiplicado exponencialmente las posibilidades de distracción de los *millennials*. Hay que sumar también el incremento de las posibilidades de interacción que ofrecen los nuevos dispositivos (aumento considerable de las posibilidades de saltar de un momento a otro del relato; posibilidad de abrir varias ventanas en el interfaz...). Al haberse desarrollado como consumidores del audiovisual en un entorno marcadamente interactivo (videojuegos, ordenador...) los nuevos espectadores ya no se conforman con asistir de manera pasiva al flujo de imágenes (Ito, 2005).

El espectador activo y multitarea de la era digital es, según nuestra hipótesis de partida, más disperso, pero también un espectador que interrumpe en numerosas ocasiones el flujo natural del relato audiovisual. Intuimos también que prefiere el fragmento (Calabrese, 1999) a la totalidad. Ambas actitudes, la tendencia a la interrupción y la predilección por el fragmento, se nos antojan en sintonía con un tiempo en el que según Feixa (2011, p. 109) asistimos a la "transición de una cultura analógica, basada en la escritura y en un ciclo vital regular (continuo), a una cultura digital basada en la imagen y en un ciclo vital discontinuo (binario)".

La facilidad de acceso a una parte muy importante del patrimonio audiovisual (muy superior a la que tuvieron otras generaciones) gracias a Internet, ha tenido como efecto (inesperado) la devaluación del acto o rito de ver una película. Dicho de otra forma: lo que cuesta poco trabajo conseguir, merece menos atención que lo que sólo es posible ver en un pase televisivo a altas horas de la madrugada o en una única proyección en el cine-club.

A simple vista, parece una paradoja que los *millennials* sean también la generación que atesora una mayor competencia digital. ¿Cómo es posible que la generación que mayores destrezas posee para desenvolverse en el ecosistema digital, marcadamente inclinado hacia lo audiovisual, sea, precisamente, la que más dudas e interrogantes plantea en el ámbito de la docencia de la comunicación audiovisual? Como bien ha explicado Ferrés (2006, p. 5), "al contrario de lo que se suele dar por

sentado, la competencia digital o multimedia no comporta competencia audiovisual”. Aunque, por lo general, los nuevos alumnos posean una gran competencia digital, superior a la de sus profesores, no ha sido debidamente complementada con una adecuada alfabetización audiovisual. Aunque las graves carencias en este terreno no son nuevas para el sistema educativo español, lo cierto es que la extraordinaria competencia digital de las nuevas generaciones sirve para poner de relieve que la formación de espectadores críticos tiene poco que ver con las destrezas tecnológicas de los nuevos usuarios. Una cosa es saber utilizar las herramientas y otra muy distinta es hacer un uso consciente de las mismas.

### **Método**

Revisión documental y dos encuestas. La primera consiste en un cuestionario cerrado (escala Likert / verdadero-falso) que han respondido los alumnos de dos grupos diferentes del área de Comunicación Audiovisual de la UC3M (n=71). El objetivo de esta encuesta es determinar cuáles son los hábitos de lectura de la imagen audiovisual de los llamados nativos digitales. Por otro lado, se ha desarrollado una encuesta semiestructurada entre profesores del área (n=13) que aspira a comprobar si esa intuición primera que está en el origen de esta ponencia es una opinión compartida por un segmento representativo de los docentes del área universitaria del audiovisual.

### **Resultados y Discusión**

En resumen, las contestaciones de los estudiantes sugieren que acuden muy poco al cine, menos de una vez al mes, lo que coincide con los resultados de la EGM, que explica una tendencia claramente descendente en la última década (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación [AIMC], 2015). Tal vez, lo llamativo en este caso es que el público juvenil encuestado está compuesto por alumnos de comunicación audiovisual a quienes, en principio, cabría suponer una mayor predisposición a asistir a las salas de cine que al público juvenil en general. Sin embargo, ven más de tres largometrajes al mes, especialmente utilizando como ventana el ordenador. En este sentido, y como este dispositivo es también el método preferido como acceso a Internet, y por lo tanto, a sus hábitos de ocio y comunicación (Taberner, Aranda y Sánchez-Navarro, 2010), coincide la herramienta para trabajo y la del ocio, o provoca su fusión

(Sánchez, 2014) aumentando, desde nuestro punto de vista, las posibilidades de interrupción, o de paso de una tarea a otra, de forma que los largometrajes no se ven de forma continuada. Ningún estudiante declara haber visto ningún largometraje en el ordenador sin interrupción, la mayor parte estima que para de 5 a 10 veces el visionado. 60 de los 71 estiman que sus amistades interrumpen el visionado para utilizar redes sociales, mientras que solo 21 se atribuyen a sí mismos esta costumbre. Algunas investigaciones relatan que los estudiantes no están del todo contentos con su experiencia multitarea que, al contrario, en ocasiones se transforma en una “experiencia culpable” (Sánchez, 2014).

### Conclusiones

La primera conclusión que podemos extraer de las respuestas de los alumnos es que, tal y como confirman los estudios de audiencias, en los últimos años el público juvenil ha desertado de las salas de cine. La baja asistencia a salas y la cantidad de visionados en otras pantallas confirma la impresión (muy extendida entre los profesores) de que la manera en que los alumnos ven las películas es la propia de los contextos en que la película no es el único estímulo, que las alternan con otras ocupaciones. Y que por lo tanto, la atención con la que los alumnos de comunicación audiovisual contemplan las películas es, al igual que sucede con el público general de su franja edad, dispersa. Circunstancia que bien podría condicionar su comprensión del relato audiovisual.

### Referencias

- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, AIMC. (2015). *Estudio General de Medios. Resumen General*, año móvil de abril 2014 a marzo 2015. Recuperado de <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html>
- Benítez, A. J., y Stepanian, E. M. (2012). Desarrollo de las competencias específicas relacionadas con la tecnología para las áreas de periodismo y comunicación audiovisual. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, (18), 129-140.
- Calabrese, O. (1999). *La era neobarroca*. Madrid: Cátedra.
- Feixa, C. (2011). Juventud, espacio propio y cultura digital. *Rev. Austral Cienc. Soc*, (20), 105–119.

- Ferrés, J. (2006). 000\_La educación en comunicación audiovisual en la era digital. *Quaderns Del CAC*, (25), 5–8.
- Gisbert, M., y Esteve, F. (2011). 000\_Digital Learners: la competencia digital de los estudiantes universitarios. *La Cuestión Universitaria*, 7(2011), 48–59.
- Ito, M. (2005). Mobile phones, Japanese youth, and the re-placement of social contact. En R. Ling, y P. E. Pedersen (Eds.), *Mobile Communications : Re-negotiation of the Social Sphere* (pp. 131-148). London: Springer.
- Jaramillo, O., Castellón, L., y Estévez, M. (2013). Nativos digitales en los entornos universitarios. *Textual & Visual Media*, (6), 177–196.
- Sánchez, C. M. (2014). *Prácticas de consumo audiovisual en internet en estudiantes universitarios de la ciudad de Medellín (UPB, UdeA, Politécnico JIC, UdeM, Eafit)*. (Tesina de Fin de Máster. Directora: Beatriz Elena Marín Ochoa. Universidad Pontificia Bolivariana).
- Taberero, C., Aranda, D., y Sánchez-Navarro, J. (2010). Juventud y tecnologías digitales: espacios de ocio, participación y aprendizaje. *Revista de estudios de juventud*, (88), 77-96.