



Tecnologías de la información que fomentan el Prosumismo narrativo en la sociedad del conocimiento

Information technologies that promote narrative prosumerism in the knowledge society

Tecnologias da informação que promovem o prosumerismo narrativo na sociedade do conhecimento

María Magdalena Román-Aguilar^I
elenaroman_26@hotmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-2015-8406>

Esther Maricela Jumbo-Castillo^{II}
jumbo_mary@hotmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-2575-2607>

Fernanda Esperanza Tusa-Jumbo^{III}
ftusa@utmachala.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-1570-9579>

Jorge Maza-Cordova^{IV}
jlmaza@utmachala.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-8074-9529>

Correspondencia: elenaroman_26@hotmail.com

Ciencias de la Educación
Artículo de Investigación

* **Recibido:** 17 de junio de 2023 * **Aceptado:** 22 de julio de 2023 * **Publicado:** 14 de agosto de 2023

- I. Universidad Técnica de Machala, Machala, Ecuador.
- II. Universidad Técnica de Machala, Machala, Ecuador.
- III. Universidad Técnica de Machala, Machala, Ecuador.
- IV. Universidad Técnica de Machala, Machala, Ecuador.

Resumen

Dentro del eje temático *tecnologías para la información y la comunicación* el presente trabajo de investigación analiza el proyecto denominado *Chirptoons*, un software educativo cuyo objetivo es poner a disposición de cualquier usuarios las herramientas tecnológicas básicas para la creación de historias animadas, generando un efecto dominó de narrativas híbridas y literatura hipermedia de gran usabilidad en la esfera educomunicativa, propiciando de esta manera una alfabetización digital en valores. Gracia al proyecto *Chirptoons*, Internet se convierte en el mensaje, el medio y el vehículo a través del cual los nativos digitales son los protagonistas de nuevos lenguajes híbridos que dan sentido al mundo que los rodea. La metodología aplicada en este trabajo consistió en la revisión bibliográfica de revistas especializadas y artículos científicos referentes al tema de las tecnologías educativas. Asimismo, se aborda el estudio de caso del proyecto, analizando para ello sus protagonistas, productos y la plataforma en sí, donde se realiza una simulación de guiones en línea. Como conclusión este artículo infiere que son justamente aquellas tecnologías análogas a *Chirptoons* las que auspician la autonomía del usuario y el empoderamiento de sus derechos, valores y responsabilidades. Es así que los prosumidores de la cultura contemporánea son los autores de muchos devenires narrativos dentro de un jardín infinito de significados creativos en la red digital.

Palabras clave: Chirptoons; narrativa; prosumidor; guion.

Abstract

Within the thematic axis information and communication technologies, this research paper analyzes the project called Chirptoons, an educational software whose objective is to make available to any user the basic technological tools for the creation of animated stories, generating a domino effect of hybrid narratives and hypermedia literature of great usability in the educommunication sphere, thus promoting digital literacy in values. Thanks to the Chirptoons project, the Internet becomes the message, the medium and the vehicle through which digital natives are the protagonists of new hybrid languages that give meaning to the world around them. The methodology applied in this work consisted of the bibliographic review of specialized magazines and scientific articles referring to the subject of educational technologies. Likewise, the case study of the project is addressed, analyzing its protagonists, products and the platform

itself, where an online script simulation is carried out. In conclusion, this article infers that it is precisely those technologies analogous to Chirptoons that promote user autonomy and the empowerment of their rights, values, and responsibilities. Thus, the prosumers of contemporary culture are the authors of many narrative developments within an infinite garden of creative meanings in the digital network.

Keywords: Chirptoons; narrative; prosumer; script.

Resumo

Dentro do eixo temático tecnologias de informação e comunicação, este trabalho de pesquisa analisa o projeto denominado Chirptoons, um software educacional cujo objetivo é disponibilizar a qualquer usuário as ferramentas tecnológicas básicas para a criação de histórias animadas, gerando um efeito dominó de narrativas híbridas e hipermídia literatura de grande usabilidade no âmbito da educomunicação, promovendo assim a alfabetização digital em valores. Graças ao projeto Chirptoons, a Internet se torna a mensagem, o meio e o veículo através do qual os nativos digitais são protagonistas de novas linguagens híbridas que dão sentido ao mundo ao seu redor. A metodologia aplicada neste trabalho consistiu na revisão bibliográfica de revistas especializadas e artigos científicos referentes ao tema tecnologias educacionais. Da mesma forma, é abordado o estudo de caso do projeto, analisando seus protagonistas, produtos e a própria plataforma, onde é realizada uma simulação de roteiro online. Em conclusão, este artigo infere que são precisamente essas tecnologias análogas aos Chirptoons que promovem a autonomia do usuário e o empoderamento de seus direitos, valores e responsabilidades. Assim, os prosumidores da cultura contemporânea são os autores de muitos desdobramentos narrativos dentro de um jardim infinito de significados criativos na rede digital.

Palavras-chave: Chirptoons; narrativa; prosumer; roteiro.

Introducción

Alejandro Piscitelli en su libro *Ciberculturas 2.0: en la era de las máquinas inteligentes* afirma que el hipertexto emerge como pre-texto y punto de partida para el establecimiento de genealogías del sentido. No en vano se dice que el hipertexto es el inicio de una revelación social, pues gracias a ella una comunidad determinada activa el lenguaje a través de la mediación con la máquina. Consideramos importante hablar hoy en día de Piscitelli y su noción de hipertexto

porque en la sociedad líquida a la cual asistimos, el mito del relato y la narrativa parece haberse erosionado en los entornos digitales, en las tierras inhóspitas del microblogging, los tweets y los hashtags, donde prevalece la cultura de la simulación en desmérito al encuentro sin bites, dentro de una realidad real emancipatoria, crítica y simbólica.

Sin embargo, el ordenador subjetivo, el yo como sistema de identidades paralelas, múltiple e híbrido, ha convertido las palabras en hechos, puesto que, citando a Sherry Turkle, las pantallas de los ordenadores son los lugares en los que proyectamos nuestros propios dramas, dramas de los cuales somos productores, directores y estrellas. Por lo tanto, la pantalla es el nuevo lugar para nuestras fantasías y es que utilizamos la vida en a través de la pantalla para sentirnos cómodos con nuestras nuevas maneras de pensar.

Frente a esta coyuntura vivencial de sentirnos parte de la *Sociedad de la Información y el Conocimiento*, este artículo realiza una aproximación teórica de un estudio de caso llamado *Chirptoons* con el objetivo de repensar la tecnología desde la tradición hermenéutica del diálogo y la conversación, contenida en una red infinita de aprendizajes y enseñanzas educacionales, un juego on line a manera de software pedagógico que invita a los usuarios a sentirse directores de sus propios guiones, creando animaciones en tiempo real que se van editando y transcribiendo a libre elección del usuario y que finalmente se publica a una audiencia masiva on line.

Gracias a este software de narrativas transmedia (sistema híbrido de contenidos e imágenes) revitalizamos la experiencia humana de sentirnos parte de algo, puesto que la noción de un guión innovador y original donde el escritor de la historia sea cualquier usuario promedio, devuelve a la narrativa su energía inexorable, contenida en moralejas, proverbios, dichos populares y metáforas. De esta manera estamos produciendo, lo que Ítalo Calvino denominó existencia social y que para el autor no era otra cosa que la vida a manera de enciclopedia o muestrario de estilos donde todo es indefinidamente reciclable. Para Calvino, la existencia social no es sino una combinatoria de experiencias, informaciones, lecturas e imaginación, los cuales han nacido justamente de la confluencia y del choque de métodos interpretativos, modos de pensar y estilos expresivos.

Es así que nuestro objeto de estudio se enfoca en la creación del software educativo *Chirptoons*, concebido como una metáfora del prosumismo autónomo, colaborativo y participativo. Más adelante, profundizaremos en las características, usos y aplicaciones del proyecto, análisis

complementado con investigaciones bibliográficas y entrevistas a los precursores de dicha empresa.

Metodología de la investigación

Esta investigación es de naturaleza eminentemente cualitativa (Ruiz-Olabuénaga, 1989; Ibáñez, 1990). La opción por una metodología cualitativa no es arbitraria o fruto de una preferencia casual. Todo lo contrario, las ciencias de la comunicación se ven siempre implicadas en procesos de comprensión e intervención de realidades que afectan a las personas o colectivos, por lo que están obligadas a conocer exhaustivamente el contexto en el que actúan, en este caso hablamos de los entornos digitales y el ciberespacio.

Esta propuesta metodológica cualitativa da cuenta de las exigencias que se desprenden del corpus de datos y el corpus bibliográfico. La apuesta por el método cualitativo respeta, en ese sentido, los retos que plantea la investigación científica en el ámbito de la comunicación. Por lo tanto, esta perspectiva es coherente con los principios y valores asumidos en una posición crítica y reflexiva del investigador en torno al objeto de estudio.

El trabajo cualitativo consiste en dos acciones:

- Inscribir (descripción densa) y
- Especificar (diagnóstico de situación).

Es decir, establece el significado que determinados actos sociales tienen para sus actores, y enuncia lo que este hallazgo muestra de su sociedad y, en general, de toda sociedad. Para acceder al trabajo metodológico se realiza en primer lugar una exploración y revisión bibliográfica por autores referentes en el tema de las tecnologías de la información y el conocimiento. Con el corpus teórico seleccionado transitamos a una metodología eminentemente cualitativa que consiste en la etnografía virtual.

Metodología de análisis: Etnografía virtual

Finalmente, para contextualizar el estudio se aplica la metodología de la *etnografía virtual* dentro del proyecto *Chirptoons*, debido a que la etnografía virtual investiga productos sociales, tecnológicos y simbólicos de la globalización. Además, los nuevos avances en la ciencia y tecnología son vistos aquí como un problema antropológico contemporáneo. En este sentido, disciplinas como la comunicación, antropología y etnografía se han centrado en un tipo particular

de reflexión que se focaliza en la tecnología, las sociedades en red, los mundos virtuales y la identidad del ser humano como objeto de estudio, como fenómeno a analizar, como unidad de análisis a interpretar.

Para contextualizar a la etnografía virtual como metodología cualitativa de investigación se recurrió al criterio de autores como Brennen (2013), Delgado (2015), Horst & Miller (2012), Pink (2013), Lacasa, Martínez-Borda, & Méndez (2013), entre otros. Para estos autores, todos aquellos fenómenos que emergen dentro de las comunidades y culturas digitales son foco de interpretación para la etnografía virtual. La investigación etnográfica incluye la comunicación en línea, el internet, las redes sociales, los dispositivos móviles, los cuales son criterios válidos para analizar. En consecuencia, la etnografía virtual se adentra en la intimidad y sociabilidad de los usuarios, en los problemas éticos de los mundos virtuales y finalmente en las identidades mediáticas en proceso de construcción.

La etnografía virtual, como método de investigación, está relacionada con el análisis de nuevas formas culturales en la era de la información y principalmente se vincula al estudio de una sociedad emergente dentro de una red global. Al respecto, autores como Boellstorff (2008) nos dicen que es necesario construir una antropología del mundo virtual como ejercicio teórico para comprender la era de la información o la edad de la techne. Para este autor, “actualmente estamos en un momento histórico y cultural concreto donde la techne es parte importante de la cultura ya que produce formas de conocimiento o formas de episteme que condicionan la vida de los seres humanos”.

En este punto, la etnografía virtual busca entender esas nuevas formas de conocimiento a través de un estudio minucioso, detallado y pormenorizado de todos aquellos fenómenos sociales y culturales que han devenido de la tecnología contemporánea; en especial, fenómenos que surgen en los espacios que crea y reproduce Internet. En palabras de Boellstorff (2008), el mundo virtual proporciona la oportunidad de explicar muchas formas de interacción social. Por ello, gracias a la etnografía se reconfiguran nuevos conceptos de individualidad y sociabilidad que ayudan a entender nuestra propia cultura. Este es un nuevo tipo de método de investigación pertinente al campo de las tecnologías.

Asimismo, los campos de estudio de la etnografía virtual son el mundo en red, las sociedades, culturas y comunidades transformadas por la tecnología, entre otros tópicos. “Por primera vez, la humanidad tiene no uno, sino muchos mundos en que vivir, esto podría implicar nuevas

representaciones y nuevas formas de cultura e identidad en un espacio llamado por los humanos en línea”, explica Boellstorff (2008). Por su parte, autores como Castells (2011) afirman que la edad de la información, comunicación y tecnología ha desarrollado una nueva estructura social, una nueva economía y una nueva identidad y cultura donde requerimos el uso metodológico de la etnografía virtual para comprender dichos fenómenos.

El aporte de Meneses y Cardozo (2014) refiere a la etnografía virtual como una metodología que implica un diseño reflexivo sobre las técnicas y aproximaciones conceptuales que demandan los escenarios en la virtualidad. En estos estudios se presentan contextos revestidos por las particularidades de la cibercultura y sus respectivas reelaboraciones metodológicas.

El análisis crítico-reflexivo de la etnografía y su variante virtual sirve como metodología de investigación, la cual responde a las características complejas de la sociedad de la información. Por lo tanto, en los escenarios digitales, la etnografía se aplica a aquellos colectivos mediados por las tecnologías. Es por ello que se ha propiciado cambios culturales importantes en la vida pública y privada de la sociedad. Al mismo tiempo, presenciamos “cambios en la manera como se accede, organiza, administra y distribuye el conocimiento y la información, asunto que reta a las ciencias sociales a preguntarse ¿cómo estamos enfrentando la era digital?” (Hine, 2004).

En este sentido, la etnografía virtual se propone como una metodología de investigación sobre internet. Se podría decir que gracias a ella reconocemos que no es la tecnología en sí misma la que es agente de cambio, sino que son sus usos y la construcción de sentido alrededor de ella los factores que transforman los significados del mundo actual. Además, la etnografía aporta de manera importante a la comprensión en detalle de la investigación en ambientes virtuales, puesto que constituye una potente herramienta para explorar las formas con que se construyen los relatos sobre las realidades, tiempos, espacios e identidades.

El análisis pertinente de la etnografía virtual radica en la capacidad del investigador para participar, como un miembro culturalmente competente y con capacidad interpretativa, sobre los discursos y textos en red. Desde la postura de Meneses y Cardozo (2014), “plantear las posibilidades del método etnográfico virtual, invita a afrontar y resolver la complejidad del entramado relacional que está implicando a sujetos y artefactos electrónicos en forma simultánea”.

En síntesis, no se trata de reducir la realidad a una teoría o una construcción metodológica, sino que sea la realidad misma que demande la metodología que necesita. Por ello, la etnografía

virtual analiza casos particulares dentro y fuera de la red, vinculados entre sí por complejas relaciones mediadas por artefactos tecnológicos. Es así que la vinculación a la práctica etnográfica optimiza las posibilidades de sistematización y agilidad para el análisis, privilegiando la experticia del investigador y su capacidad analítica. En sí, la etnografía virtual busca comprender el fenómeno *Chirptoons* para así acercarnos a una reflexión final de por qué es importante el empoderamiento de las tics, humanizar las tecnologías y hacer de las herramientas digitales dispositivos de cambio y transformación social.

Resultados y discusiones

En este apartado se recogen los resultados de la etnografía virtual aplicada al software *Chirptoons*, así como a la empresa creadora del mismo. Igualmente se realiza una simulación del programa creando un guion entre jóvenes nativos digitales, de nacionalidad ecuatoriana y grado de estudio superior.

Reconstruyendo el proyecto Chirptoons

Chirptoons es una herramienta en línea donde se escribe una conversación en tiempo real que se va animando automáticamente. El software permite al usuario etiquetar el producto y publicar los denominados *sketches*, o cómics creados, de forma anónima o bajo autoría. No es necesario estar registrado dentro de la plataforma para empezar a utilizar el sistema, basta hacer una prueba piloto y compartir tus chirps a través de las redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter.

Además, *Chirptoons* nos irá informando de las visitas que reciba nuestra narrativa híbrida y de la cantidad de marcadores favoritos que otros usuarios otorguen a nuestro trabajo. A la historia que vamos creando dentro de la plataforma le podemos dar un título y caracterizar a sus dos personajes principales. Nuestros protagonistas aparecen entonces de pie dentro de un fondo blanco, el cual puede ser sustituido por un *background* similar a la textura e imagen visual de elementos pre-determinados como son: hierba, nieve, árbol, cuaderno y genialidad.

Dentro del software tenemos una especie de hoja con algunos códigos impresos, lo que simula un cuaderno de escritura creativa. Por ejemplo, los denominados *charl 1* y *charl 2* sirven para que el usuario introduzca diálogos en ellos. El término *backg* se aplica a un formato creado en *Chirptoons* para poner el contenido como mensaje de fondo, a manera de título o moraleja.

De la misma manera, si el usuario quiere añadir emociones tiene que escribirlas, insertadas en un paréntesis, en cualquier parte del diálogo. Las emociones pre-determinadas por *Chirptoons* son: feliz, reflexión, tristeza, malignidad, vergüenza, asco y enojo. En cuanto a las acciones a ejecutar, nuevamente deben ser introducidas en paréntesis, pudiendo expresar los siguientes verbos: saltar, hablar, caminar y disparar.

Los *sketches* creados se van etiquetando automáticamente en cuatro opciones: historia, humor, presentación y miscelánea. De igual manera el software realiza una búsqueda exhaustiva de otros *chirps* tomando como referencias características como: los más vistos, los más votados y los más recientes. Una vez creado el *chirplet* éste presentará la siguiente información: autor, etiquetas, tiempo en que ha sido añadido, visitas recibidas. A cada animación se le asignará un link / url el cual podrá ser incorporado dentro de cualquier blog y en más de 300 redes sociales.

Según Albornoz (2014), *Chirptoons* ha incorporado elementos de la ciencia del comportamiento y el marketing social para hacer que la tecnología sea más intuitiva, fácil de usar, divertida y efectiva. Los desafíos del diseño detrás de la narrativa digital buscan que el usuario navegue en formatos cada vez más complejos de manera más autónoma, auto-confiada e independiente.

En este sentido, el poder creativo de las tics debe basarse en factores de flexibilidad, accesibilidad y democratización de contenidos, donde las interacciones sean un poco más honestas y mejor adaptadas a las necesidades y demandas del usuario. Por lo tanto, las tecnologías de la comunicación necesitan tener infraestructuras digitales lo suficientemente accesibles para que los usuarios se conviertan en prosumidores de contenidos e información, o de lo contrario ¿cómo podríamos explicar el concepto de buen vivir en red si no involucramos a diferentes usuarios con diferentes niveles de alfabetización digital, habilidades y aptitudes en la producción de contenidos on line?

Vita Beans: emprendiendo un nuevo concepto de pedagogía online

La empresa creadora de *Chirptoons* es *Vita Beans*, liderada por el joven empresario hindú, Amruth Bagali, entidad cuyo mandato institucional es crear inspiración junto a aplicaciones fáciles de usar en áreas de la educación y recursos humanos. La idea de *Vita Beans* es compartir conocimientos en innovación en un diálogo global, de manera divertida y efectiva. Dentro de sus productos y servicios manejan un marco tecnológico que trata de imitar el perfil del cerebro

humano, simulando diseños altamente innovadores, basados en elementos económicos, evolutivos, emocionales y psicológicos.

Los productos de la empresa *Vita Beans* desarrollan las habilidades cognitivas de sus usuarios mediante juegos, aplicaciones para el aprendizaje, investigaciones en tecnología educativa, entre otros. Es así que dentro del ranking *Unreasonable at Sea* (experimento que detecta las mejores soluciones tecnológicas), *Vita Beans* se han posicionado como una de las 11 compañías tecnológicas que están cambiando el mundo.

Este espacio empresarial ha producido más de 80 juegos de colaboración para el uso pedagógico en el aula. Los estudiantes trabajan en equipos y aprenden sobre diferentes temas a través del proceso del juego. Sus primeros prototipos fueron diseñados con suposiciones basadas en experimentos y simulaciones. Para su creador, Amruth Bagali, cualquier herramienta a diseñar, tiene previsto capacitar al usuario para que primero comprenda su herramienta, utilizando previamente su formación e información en ciencias del comportamiento para llegar a soluciones de infraestructura que resuelven las limitaciones desde el principio.

Las soluciones del diseño y los aprendizajes de cada proyecto ejecutado por *Vita Beans* se han adoptado comercialmente en diez estados de la India, llegando a más de 4000 escuelas y más de 3 millones de niños, ayudando a las empresas vinculadas al área de la educación a construir productos escolares en primaria y secundaria, con un alto nivel de emprendimiento e innovación. Por ejemplo, los creadores de *Chirptoons* refieren haber utilizado contenidos de *Programación Neuro Lingüística* (PNL) para desarrollar una serie de animaciones en un entorno de juego multimedia.

La *PNL*, como rama de la informática que se encarga de las interacciones entre las computadoras y los lenguajes humanos, ayudó a *Vita Beans* y en particular a *Chirptoons*, a articular sus ideas, tratando de entender lo que estaban visualizando y convirtiendo en lenguaje de programación cualquier aplicación educativa. Como resultado lograron productos intuitivos y fáciles de adaptarse a la ejecución de una u otra tarea.

Otro elemento creativo dentro de las aplicaciones interactivas de *Vita Beans* es la comprensión de los patrones de comportamiento humano mediante la inclusión de aprendizajes como el psicoanálisis, la psicología y las ciencias sociales en el diseño accesible de la interface (desarrollo de infraestructuras legibles e inteligibles) lo que se traduce en la aparición de tecnologías sofisticadas como *Chirptoons* que llegan a ser un meta-servicio que satisface las necesidades de

creación y gestión de contenidos de los usuarios. En otras palabras, el conocimiento de la neurociencia no deja de ser importante para planificar productos con utilidad social.

Chirptoons es felicidad digital

Para hablar de felicidad digital es pertinente citar el trabajo de Albornoz (2014), quien en su artículo *Diseño digital: comportamiento humano vs. tecnología* se pregunta: ¿Qué viene primero? ¿La comprensión de los patrones de comportamiento y de comunicación humana para diseñar tecnologías digitales? ¿O deberían nuestras tecnologías tener la capacidad innata para adaptarse a los perfiles de todos sus potenciales usuarios? Para la autora, la felicidad digital implica tomar en consideración los retos de accesibilidad de los usuarios a cualquier interface, ya que la democratización de las tics va de la mano con la inclusión de las ciencias del comportamiento dentro del diseño de las tecnologías llamadas amigables.

Sintetizando lo dicho, las tecnologías de la información y la comunicación deben contener tres aspectos para promover la felicidad humana:

- 1) Un diseño digital que tome en consideración la importancia de las ciencias del comportamiento.
- 2) Tener presente el marketing social y las relaciones públicas para enganchar a usuarios potenciales de manera más efectiva.
- 3) Accesibilidad de diferentes tipos de usuarios, no solo nativos digitales sino también migrantes digitales.

A partir de estas premisas, el prototipo ideal de diseño de interfaces mantendría una profunda comprensión de la ciencia conductual y cognitiva para así investigar los procesos de decisión y estrategias de comunicación de los seres humanos frente a las tics, logrando que éstas sean de fácil uso en un contexto apropiado. En cuanto a las relaciones públicas y el marketing social, éstas nos proporcionan valiosa información para dirigir y atraer a los usuarios de forma efectiva, orientando la participación ciudadana a través de la tecnología.

De la misma manera se destacan algunos criterios en cuanto al diseño de tecnologías de la comunicación vinculadas a la felicidad que deben tomarse en cuenta para fomentar un nivel adecuado de satisfacción y bienestar frente a las tics. El diseño de cualquier interface tiene que ser:

- Perceptible (experiencia sensorial).

- Inútil si no se comparte.
- Fabricado en grupo, en equipos colaborativos.
- Fácil de personalizar.
- Evolucionar constantemente (flexible al cambio).

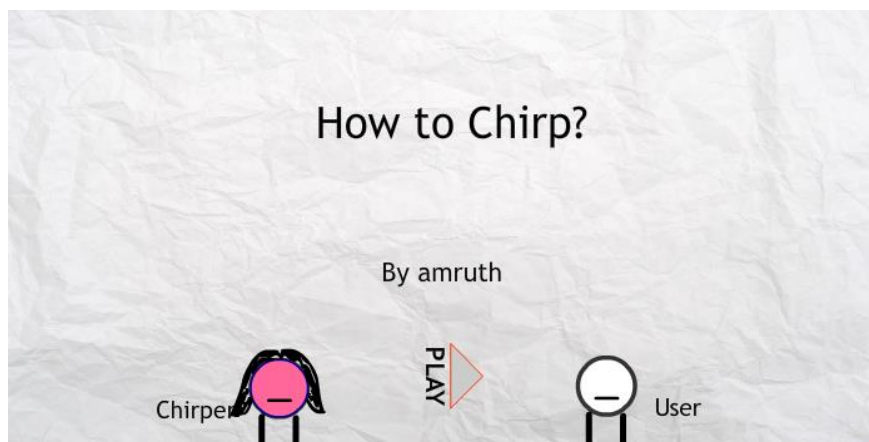
Para los fundadores de *VitaBeans*, la mejor manera de utilizar la tecnología para atraer a los usuarios es a través de las historias digitales. Según Amruth, fundador de la empresa, lo que hace que una sesión de cuentacuentos sea efectiva es la forma de contextualizar una historia, buscando experiencias únicas e interactivas. En *Vita Beans*, los relatos convincentes motivan al público a interactuar con las historias, y los dispositivos digitales tienen que realizar la misma función. La infraestructura y la interfaz de tecnologías son intuitivas, familiares y persuasivas de forma suficiente para influir en los usuarios a interactuar con él.

En términos de funcionalidad, las interfaces deben proporcionar al usuario los recursos elementales para traducir sus ideas en acciones, reduciendo la distancia para llevar a cabo una tarea (el costo o la cantidad de energía necesaria) como fuera el caso del guión digital. La cultura de la simulación está perfectamente definida en *Chirptoons*, donde el juego entre identidad, red y lenguaje cobra dinamismo y un rol protagónico para ayudarnos a entender que la felicidad digital es una construcción a través de la cual podemos interactuar, hablar, intercambiar ideas y sentimientos sobre quiénes somos y qué hacemos con las tics.

Simulación del juego

El mejor tutorial para enseñarnos como crear en *Chirptoons* es el que se da entre dos personajes anónimos, a los cuales hemos denominado *usuario* y *chirper*. Esto se realiza en una simulación para probar el juego de crear guiones express, en formato online, a manera de script creativo. (Ver figura 1)

Figura 1. Cómo diseñar en *Chirptoon*



Fuente: Chirptoons (2015).

A continuación, reproducimos un diálogo pre-determinado que se establece en la plataforma. Los dos protagonistas se llaman *Chirper* y *User*. Este es su chat:

Tabla 1. Simulación de juego en *Chirptoons*

Personaje	Diálogo
char1	Hola
Backg	Esta es una demostración de <i>Chirplet</i>
char2	Hola, ¿qué es esta cosa de <i>Chirptoons</i> ?
char1	Te permite crear dibujos animados con solo escribir una historia en forma de conversación.
char2	¡Oh! ¿Cómo se usa?
char1	De forma simple, solo escribes la conversación en el cuadro de texto de abajo y presiona el botón crear.
Backg	¡Vamos y creemos un <i>chirplet</i> !
char2	Sí, ahora lo entiendo ¡gracias!
char2	Pero, ¿cómo añado emociones?
char1	Solo tienes que escribir una emoción dentro de corchetes en cualquier parte de la conversación.

char2	¡Qué bien! ¿Puedo hacer actuar a mis personajes de manera diferente?
char1	¡Sí! Puedes escribir una acción dentro de corchetes y tus personajes actuarán.
Char1	Disfruta creando chirplets
Char2	Adiós
Char1	¡Cuidado! Un gran poder conlleva una gran responsabilidad

Fuente: Chirptoons (2015).

En la figura 1 y en el diálogo creado en la tabla 1 se observa una práctica fácil del programa y la libertad para realizar redacciones de todo tipo, que bien pueden servir para que un docente reproduzca ejercicios con sus estudiantes en línea, así ellos se familiarizan con el concepto de guión colaborativo, creativo y democrático, pues éste se visibilizará por usuarios de todo el mundo quienes podrán elegir el diálogo como uno de los más votados y populares en la red de *Chirptoons*.

Las utilidades educativas del programa son infinitas y depende del fin que tenga el docente para que encauce este programa gratuito para sus objetivos pedagógicos en clase. De esta manera propicia el aprendizaje autónomo del estudiante y su creatividad en entornos digitales como *Chirptoons*.

Lo importante es que los jóvenes se animen a participar, siendo protagonistas activos de la plataforma y prosumidores de contenidos variados, amenos y con mucho sentido del humor. La herramienta *Chirptoons* permite jugar al tiempo que el usuario aprende su propio lenguaje, ya que combina palabras, frases, sentidos y oraciones con coherencia, claridad y orden.

Conclusiones

Para Amruth, creador del proyecto *Chirptoons*, las tecnologías de la comunicación para la felicidad se basan en el concepto de hacer el cambio a través del diseño digital, filosofía de la cual se desprenden tres elementos:

- 1) Empatía. - Pasamos tiempo interactuando con los profesores sólo para tener una idea de cómo piensa el profesor y así empatizar con los futuros usuarios.

- 2) Imaginación. - Los tics deben traducir la empatía en soluciones, la imaginación te ayuda a pensar en tantas soluciones como sean posibles para resolver el diseño y adoptar desafíos.
- 3) Acción. - Si su tecnología es demasiado difícil de usar, perderá audiencia, si no es lo suficientemente impactante, se trivializará, ¿cómo llegar a un equilibrio entre lo que es sin esfuerzo y, sin embargo, impactante?

La sociedad de la información y el conocimiento vive una etapa histórica disuelta por la levedad, en un tiempo subjetivo de mil y un certezas transitorias, no lineales y sobreexpuestas, donde cada vez más la intersección del usuario con la máquina reconfigura nuestro comportamiento social, haciéndonos repensar en las bondades que faltan por conquistarse dentro de la isla digital.

Este vertiginoso trayecto de transformaciones requiere un alto grado de alfabetización digital que devuelva a los usuarios su papel protagónico dentro de la cultura contemporánea. El objetivo de las tecnologías de la comunicación para la felicidad será entonces llevar el contenido y la infraestructura de interfaces como *Chirptoons* a un nuevo nivel, que haga mayor eco en aspectos como la transdisciplinariedad de productos, servicios, contenidos y conocimientos digitales para así potenciar la flexibilidad y la adaptación al cambio.

El empoderamiento de las tics a través de la gestión de contenidos y la realización de narrativas híbridas hace que los nuevos prosumidores sean vistos como guardianes de la información, puesto que el reto de crear historias que den sentido al mundo dado, en alusión al estudio de caso *Chirptoons*, significa rescribir lo aprehendido en una biblioteca de memoria infinita y gracias a la cual cumplimos con el mandamiento filosófico-existencial del escritor italiano Antonio Tabucchi quien afirmó que la literatura es el internet del alma.

En los inicios del tiempo el mito dio origen a la vida y ese es el reto de los nativos digitales hoy en día: crear calidad y calidez en el tejido en red de sus historias bifurcadas.

Referencias

1. Albornoz, D. (2014). Digital Design: Human Behavior vs. Technology - Vita Beans. *Centre of Internet and Society*. Recuperado de: <http://bit.ly/1hjV4Rn>
2. Bauman, Z. (2012). *Múltiples culturas, una sola humanidad*. Barcelona: Katz Ediciones.
3. Bell, D. (2001). *El advenimiento de la sociedad post-industrial. Un intento de pronosis social*. Madrid: Alianza Editorial.

4. Boellstorff, T. (2008). *Coming of Age in Second Life: An Anthropologist Explores the Virtually Human*. Princeton: Princeton University Press.
5. Brennen, B. (2013). *Qualitative research methods for media studies*. London: Routledge.
6. Cabello, R. (2008). *Las redes del juego*. Buenos Aires: Prometeo Libros.
7. Castells, M. (1996). *La Sociedad Red*. Madrid: Alianza Editorial.
8. Castells, M. (1998). *El poder de la identidad*. Madrid: Alianza Editorial.
9. Castells, M. (1998). *Fin de Milenio*. Madrid: Alianza Editorial.
10. Chirptoons. (2014). *Chirptoons*. Vita Beans Website. Recuperado de: <http://chirptoons.vitabeans.com/>
11. Covi, D. (2002). Sociedad de la información y el desconocimiento. *Revista Economía, Sociedad y Territorio*. V (18), pp. 463-465.
12. Delgado, M. (2015). *Urban Youth and Photovoice: Visual Ethnography in Action*. Oxford: University Press.
13. Drucker, P. (1959). *Landmarks of Tomorrow*. New York: Harper.
14. Drucker, P. (1969). *The Age of Discontinuity*. New York: Harper & Row.
15. Drucker, P. (1993). *Post-Capitalist Society*. New York: Harper Business.
16. Hine, C. (2004). *Principios de la etnografía virtual*. Barcelona: Editorial UOC.
17. Horst, H. A., & Miller, D. (2012). *Digital anthropology*. London: Berg.
18. Ibáñez, J. (2002). Sobre la metodología cualitativa. *Revista Española de Salud Pública*. 76 (5), pp. 373-380.
19. Kotler, P. & Zaltman, G. (1971). Social marketing: an approach to planned social change. *Journal of Marketing*, 35(3).
20. Lacasa, P.; Martínez-Borda, R., & Méndez, L. (2013). Media as Practice: Narrative and Conceptual Approach for Qualitative Data Analysis. *Studies in Media and Communication*. 1(2), pp. 132-149.
21. López, G. y Ciuffoli, C. (2012). *Facebook es el mensaje*. Buenos Aires: La Crujía.
22. Meneses Cabrera, T.; Cardozo Cardona, J. (2014). La Etnografía: una posibilidad metodológica para la investigación en cibercultura. *Revista Encuentros, Universidad Autónoma del Caribe*, 12(2), pp. 93-103.
23. Pink, S. (2013). *Doing visual ethnography*. Australia: RMIT University.

24. Piscitelli, A. (2002). *Ciberculturas 2.0: en la era de las máquinas inteligentes*. Buenos Aires: Editorial Paidós Ibérica.
25. Ruiz Olabuénaga, J. I. (2003) *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto.
26. San Martín, P. (2003). *Hipertexto*. Buenos Aires: La Crujía.
27. Turkle, S. (1997). *La vida en la pantalla*. Barcelona: Paidós.
28. Tusa, F. (2015). Tecnología para el Cambio y la Felicidad: Estudio de caso del software de animaciones ‘Chirptoons’. Conference Proceedings of First International Conference for Positive Communication. Recuperado de: <http://positivecom.org/wp-content/uploads/2015/12/PositiveCom-Proceedings.pdf>
29. Vita Beans. (2014). *Vita Beans: neural solutions*. Vita Beans Website. Recuperado de: <http://www.vitabeans.com/>

© 2023 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).