

DIGA: Día Internacional de las Ganas de Aprender. Una experiencia diferente en las redes sociales acerca del aprendizaje

- Autores:

Ariel Merpert; Gisela Schwartzman; Graciela Caldeiro; Fabio Tarasow

PENT - Proyecto Educación y Nuevas Tecnologías. FLACSO Argentina

Contacto:

giselas@flacso.org.ar; gcaldeiro@flacso.org.ar ; ftarasow@flacso.org.ar

El miércoles 20 de marzo celebramos el DIGA, Día Internacional de las Ganas de aprender, llevando a cabo una serie de propuestas en Facebook y Twitter que invitaron a todos quienes quisieron participar a realizar actividades en las que se pusiera de manifiesto el valor de las “gananas de aprender” como motor transformador de la realidad. En esta línea, se hicieron preguntas abiertas, se publicaron obras de arte plástico que giran en torno a esta temática, se postearon videos que interpelan acerca del goce del aprendizaje y se compartieron textos literarios y académicos. Todo esto ocurrió en el marco de un espíritu festivo, que dio lugar a la participación desacartonada de toda la comunidad educativa. Desde el PENT, también se publicaron una serie de fotografías intervenidas de algunos miembros del equipo que invitaban a los participantes a pensar en aquellos momentos en los que se sintieron felices aprendiendo, haciendo una referencia a la niñez, etapa de aprendizaje pleno.

Más de doscientas personas participaron de diversas formas en esta jornada. Cada uno de ellos eligió hacerlo durante un momento del día, durante varios o incluso algunos todo el día.

Este es el segundo evento de aprendizaje en redes sociales que el PENT propone a la comunidad. El primero fue el [Picnic Digital](#) que, con motivo del “Día del Estudiante”, combinó actividades sincrónicas y asincrónicas durante todo el 21 de septiembre de 2012¹

¹ La realización del DIGA estuvo a cargo del subcomité de redes del equipo del [PENT](#), integrado por:

Una de las preguntas que nos hemos hecho y sirvieron de insumo para diseñar el DIGA fue: ¿qué es lo que diferencia una experiencia educativa de otras propuestas en las redes sociales? También nos preguntamos cuáles son los aprendizajes que se ponen en juego en este tipo de propuestas. ¿Qué tipos de participación en las redes promueven aprendizajes? ¿La elección de la red a utilizar determina el carácter de la propuesta? ¿Cómo podemos generar una experiencia de participación ubicua, convocante, activa que además sea perceptible por los actores que formen parte de ella?

Muchas propuestas enmascaran detrás de la dinámica prosumidora² (Toffler, 1980) de las redes sociales un claro posicionamiento del participante como “objeto” de un ejercicio comercial, una comunicación unidireccional o un ejercicio de transmisión de contenidos. Entendemos que una propuesta educativa en las redes sociales debe aprovechar el carácter prosumidor de las mismas para posicionar al participante como “sujeto” de su propia participación. Un sujeto activo y comprometido con los mensajes que publica en las redes sociales, con los diálogos que establece con sus pares y con la exposición que genera su accionar.

Quizás una de las cuestiones que quedan más nítidamente plasmadas es que las consignas dadas solo fueron facilitadoras para el diálogo entre pares. Que la intervención de los organizadores orientaba la participación, pero que el resultado y el devenir no era en nada previsible, porque dependía necesariamente de la participación de la comunidad. Esto también promovió la creación de un marco propicio para la producción multimedial. Estas propuestas se constituyeron en encuadres para que los participantes se pusieran en

Ariel Merpert (H); Graciela Caldeiro; Gisela Schwartzman; Fabio Tarasow, Mónica Trech, Christian Milillo, Paola Adler y Javier Tregoning.

² “Durante la primera ola, la mayoría de las personas consumían lo que ellas mismas producían. No eran ni productores ni consumidores en el sentido habitual. Eran, en su lugar, lo que podría denominarse “prosumidores” (...). ALVIN TOFFLER (1980): La tercera ola, Plaza y Janés, Barcelona.

el rol de productores de contenidos. Un aspecto más a destacar es la puesta en juego del concepto de “aprendizaje ubicuo”³.

Una de las consignas que el PENT propuso durante la jornada fue la publicación de una serie de fotos de miembros del equipo con rasgos de niños. La intención fue sembrar el debate sobre el aprendizaje iconizado en la infancia. Como si los únicos que necesitaran disfrutar del aprendizaje fueran los chicos. Pareciera que muchas veces tenemos que remontarnos a la niñez para pensar en momentos en los que aprender era una aventura envuelta de imaginación y bañada de deslumbramiento. Recuperar esas ganas, retomar ese espíritu también fue parte del DIGA.

Otra de las características principales de este evento ha sido que cada participante ha elegido qué tipo de participación ejercer. Muchos se comprometieron publicando respuestas a las consignas dadas por el PENT, otros se animaron a tomar vuelo y proponer sus propias aproximaciones a la temática, e incluso algunos también formularon sus consignas. Asimismo, estuvieron aquellos que dieron RT (Retweet, replicar un tuit que otro publicó), los que inventaron sus propios tuits e incluso los que invitaron a referentes tuiteros a sumarse a la campaña.

En una clasificación posible del tipo de participaciones que encontramos en el DIGA y en otros eventos similares realizados por el equipo del PENT, en función de su forma y contenidos, podríamos enumerar las siguientes:

- a) Participaciones que buscan visibilidad. (Réplicas de la consigna sin contenido original)
- b) Participaciones que generan contenido nuevo. (Tanto lingüísticos como icónicos)
- c) Participaciones que promueven el diálogo. (Preguntas y respuestas en Twitter y Facebook)
- d) Participaciones que implican aprobación. (“Me gusta” de Facebook, o RT de contenido en Twitter)

³ BURBULES, N. (2012) “Aprendizaje Ubicuo”. Entrevista realizada por IPEE-UNESCO, Buenos Aires. Video disponible en: <http://www.iipe-buenosaires.org.ar/node/645>

e) Participaciones disruptivas. (Aquellos que producen ruido en una comunidad interesada en un tema)

Todos estos tipos de participaciones se dieron en simultáneo y dependieron del estilo, intenciones y la interpretación de la consigna por parte de cada participante. También es claro que cada red social tiene su propia dinámica, sus códigos y sus reglas aceptadas por la comunidad de usuarios⁴. En este caso hemos visto cómo, en cada red, el camino colectivo elegido por los participantes fue distinto a la hora de darle forma a la temática. En Twitter, tanto el Picnic Digital como el DIGA, se encolumnaron en la tarea de engordar el hashtag (en este último, #ganasdeaprender), de conseguir RT y de intentar llegar a ser TT (Trend Topic, uno de los temas más hablados del momento en Twitter); mientras que en Facebook se vieron más posts de recursos audiovisuales, imágenes e incluso producciones propias ad hoc. Estas consignas implícitas favorecieron el acercamiento de nuevos interlocutores que originalmente no son miembros de la comunidad pero se sintieron convocados al ver los contenidos que circulaban.

Durante el DIGA, juntos, hemos producido más de 500 tuits, 70 posts y 300 comentarios en Facebook. Pero, claramente, el DIGA fue mucho más que la suma de sus tuits o de sus posts de Facebook. Todos los concurrentes manifestaron la sensación de haber participado de una experiencia en las redes. Inmediatamente después de la jornada hubo también quienes se lamentaron por perderse el DIGA: “No pude estar, pero me hubiera encantado...”. Esta sensación de ausencia no debe pasarse por alto, porque expresa que la participación en las redes sociales no es efímera. Que los posts podrán quedar atrás y los tuits podrán desaparecer del timeline, como los destellos de la cola de un cometa, pero es la “experiencia de participación” la que robustece lo que a priori parecería volátil, la que otorga sentido a lo que de otro modo sería caos.

Pero -sin duda- nos quedan muchas preguntas por hacernos ¿Qué hay de los que no se manifestaron? ¿Hubo personas que sólo observaron? ¿Existe, como en las experiencias presenciales, el rol cuyo modo de participación es solamente la observación? ¿Acaso es lo mismo observar presencialmente que hacerlo en las redes? ¿Qué otros modos de aprender podemos experimentar utilizando las redes sociales?

⁴ Véase CALDEIRO, GRACIELA (2012): [“Lo bueno, si breve, dos veces breve: cinco mitos de Twitter en conflicto con mi experiencia personal”](#). PENT.

El DIGA ha sido para nosotros una experiencia sumamente enriquecedora. Desde el PENT seguiremos haciéndonos aquellas preguntas que nos generen cada vez más ganas de aprender porque, como dice Terence White, aprender "(...) es lo único que la inteligencia no puede agotar, ni alienar, que nunca la tortura, que nunca le inspirará miedo ni desconfianza y que nunca soñará con lamentar, de la que nunca se arrepentirá"⁵.

Tag cloud:

<http://tagul.com/preview?id=118084@2&name=Cloud%202>]

Cómo citar este artículo:

Merpert, Ariel y otros: "DIGA: Día Internacional de las Ganas de Aprender. Una experiencia diferente en las redes sociales acerca del aprendizaje". PENT, 2013. Disponible en: <http://www.pent.org.ar/institucional/publicaciones/diga>

⁵ WHITE, TERENCE: The Once and Future King. Putnam's Sons, Nueva York.