

#ProblemasParaPensar: inspirar, motivar y sugerir aprendizajes

Una experiencia de inclusión de redes sociales en la enseñanza universitaria

Mariana Paula Lescano y Daniel Oscar Quiroga

Universidad Nacional Arturo Jauretche

Av. Calchaquí 6200

42756108

marianapaulalescano@gmail.com

qdani81@gmail.com

Eje en el que se inscribe: Eje 4 Enseñanza, educación y conocimiento

Tipo de comunicación: Experiencia fundamentada

Resumen

La experiencia relata la incursión de la materia Problemas de Historia Argentina (PHA) en las redes sociales. PHA es una materia que cursan 2500 estudiantes por cuatrimestre en la Universidad Nacional Arturo Jauretche. Como docentes hemos estado involucrados en el diseño e implementación de un espacio virtual de la materia en el campus de la universidad, un aula virtual -con el software moodle- bajo el formato de aulas extendidas. Ante ciertas dificultades y límites de la experiencia en el campus, buscamos desarrollar alternativas para la incorporación de TIC para la materia. En este sentido, diseñamos e implementamos una estrategia de comunicación virtual con nuestros estudiantes -y la comunidad académica- a través de las redes sociales.

Palabras Clave: Redes sociales – propuesta de enseñanza- Comunicación- alfabetización digital

Presentación de la experiencia

Este trabajo tiene como objetivo compartir una experiencia práctica realizada en la Universidad Nacional Arturo Jauretche (UNAJ): la incorporación de las redes sociales en el dictado de la materia Problemas de Historia Argentina (PHA). Consideramos que como docentes debemos observar nuestras prácticas desde una mirada investigadora activa, que propicie la reflexión constante sobre las mismas. Partimos del registro empírico de un proyecto nacido en las reuniones de trabajo de PHA, que ha sido diseñado e implementado por docentes de la materia, el cual no cuenta con un financiamiento específico. Detrás de este proyecto se encuentra la intención de aproximarnos, en una reflexión colectiva, a aquellas buenas interacciones que nos permitan construir nuevos conocimientos sobre cómo alfabetizar académicamente a los estudiantes que ingresan a la vida universitaria (Carlino: 2013). Pero sin reducir la noción de alfabetización académica a las prácticas de lenguaje y pensamiento propias del ámbito académico superior -las prácticas de lectura y escrituras- sino como conjunto de saberes que permiten una apropiación activa y productiva del conocimiento, ampliando el término al de multialfabetizaciones o alfabetizaciones múltiples.

Proponer la incorporación de TIC en el dictado de una materia obliga a reparar previamente en las potencialidades y límites que brindan las redes sociales y la relación que establecen los estudiantes con las mismas. De acuerdo con Jenkins (2008), la reconfiguración cultural desencadenada por el impacto de las nuevas tecnologías presenta tres rasgos distintivos: la convergencia mediática –el flujo de contenidos a través de diferentes plataformas-, la participación activa –los denominados *proconsumidores*-, y la inteligencia colectiva –retomando a Levy (2004) cada individuo sabe algo y ninguno puede saberlo todo-. La *cultura de la convergencia*, término que emplea Jenkins para definir a este fenómeno, entiende a la convergencia como un cambio en la manera de relacionarse con los medios, un proceso que alteró la lógica con la que operan las industrias mediáticas y con la que procesan información los consumidores de los medios, es decir: hoy todos consumimos y producimos información. Esta mirada celebratoria del potencial de la web 2.0 como herramienta para empoderar a los usuarios ha sido complejizada por Van Dijck (2016), quien advierte sobre el paso de una comunicación en red a una sociabilidad moldeada por plataformas, lo que define como una *cultura de la conectividad*. La autora pone atención en las estrategias comerciales que hay detrás de las industrias de medios digitales y revela la lógica comercial intrínseca de las plataformas sociales que buscan hacer vendible la sociabilidad *on line*. En particular, señala el año 2005 como el momento en que se produjo el cambio en las plataformas sociales, las cuales se volcaron al diseño de estrategias para fomentar “el crecimiento sostenido y al mismo tiempo llevar adelante cautelosos experimentos con sutiles estrategias de comercialización” (2016: 36). Desde entonces, sostiene Van Dijck, las industrias de medios digitales tendieron a hacer hincapié en lo social, que abarca la conexión -humana- y minimizar la importancia de la conectividad, sistemas automatizados que diseñan y manipulan las conexiones, y siguen el rastro de los usuarios -sus deseos- reduciendo a algoritmos las relaciones entre personas, cosas e ideas (“me gusta”, “seguir”, “amigos”).

Frente a estos cambios culturales, podemos identificar la aparición de una nueva generación de sujetos escolares, la cual Gardner y Davis (2014) denominaron *generación app*. Esta nueva generación se caracteriza por su vinculación con las tecnologías digitales, son sujetos que no pueden pensar el mundo sin tecnología, los define la tecnología. Su identidad es multifacética y muy personalizada, orientada hacia el exterior, aunque limitada por decisiones de programación de las aplicaciones que utilizan diariamente; en ese sentido, los autores hablan de *una identidad global prefabricada*. Según Gardner y Davis, las nuevas tecnologías de la comunicación abrieron nuevas oportunidades a la autoexpresión de los jóvenes contemporáneos, pero al vincular su identidad personal con algunas características de las tecnologías han dado lugar a una identidad empobrecida – *app dependientes*-.

Es en este marco contemporáneo de profundas transformaciones culturales que el aprender a usar significativamente las tecnologías -apropiarse de la nueva función social de las tecnologías- se convierte en un desafío para las universidades nacionales. Estas deben orientarse a generar experiencias para que sus estudiantes adquieran competencias intelectuales que les permitan interactuar con la cultura existente y recrearla de modo crítico y emancipador. Ello es una condición necesaria para la construcción democrática de la ciudadanía en el sentido de ofrecer posibilidades para el desarrollo de la capacidad en el uso inteligente y culto de la información y del saber (Area Moreira, 2014). Retomando a Paula Carlino (2013), la alfabetización académica no sólo implica la incorporación de nociones y estrategias necesarias para participar en la cultura discursiva de las disciplinas así como las actividades de producción y análisis de textos requeridos para aprender en la universidad, sino incorporar una perspectiva crítica sobre la incidencia de lo digital, de la cultura hipertextual en lo académico y de las dinámicas educativas, las nuevas visiones

sobre el consumo y las creación de contenido, y de las conexiones que se establecen en red (López Andrada: 2016).

Con este espíritu, la materia Problemas de Historia Argentina -PHA- inició su participación en las redes sociales a partir de la circulación de información, materiales y recursos que propusieron una nueva modalidad de contacto con los estudiantes. PHA en las redes pretende ofrecer espacios para cohesionar las experiencias de los estudiantes universitarios, dándole un sentido personal al caudal de información que circula en las redes, a través de dialogar y/o de componer un aprendizaje junto el resto de la comunidad educativa.

La materia Problemas de Historia Argentina es una materia presencial, común y obligatoria a todas las carreras que se dictan en la Universidad Nacional Arturo Jauretche -UNAJ-, por eso cuenta con una matrícula cuatrimestral que ronda entre 2500 y 3000 estudiantes distribuidos en cerca de 80 comisiones y 45 docentes. Asimismo, la materia propone una línea común de trabajo, establecida por la coordinación de la materia y representada en los materiales de trabajo: bibliografía, guías de lecturas y cuadernillos de actividades (Gastellu & Lescano, 2013). La materia PHA pretende encarar desde la historia argentina el abordaje de diversas problemáticas y enfoques, priorizando el lugar de la experiencia de los actores sociales (González Velasco, 2013).

La incorporación de TIC en el dictado de la materia pasó por dos etapas: una primera etapa desarrollada entre el primer cuatrimestre de 2015 y el primer cuatrimestre del 2016, el equipo de profesores de la materia trabajó en el desarrollo de aulas virtuales en plataforma moodle del campus virtual de la universidad y se realizó bajo el formato de aula extendida (Lescano & Quiroga, 2017). Un segundo momento, iniciado en el segundo cuatrimestre de 2016 y que continúa hasta la fecha, donde se dejó por un tiempo el desarrollo del aula extendida y se optó por explorar el uso de las redes sociales -específicamente facebook, twitter e instagram- como herramientas para generar nuevos canales de comunicación con los estudiantes y experimentar la potencialidad de dichos instrumentos en las propuestas de enseñanza de la historia. Entonces, en este segundo momento de incorporación de TIC, se tomó la decisión de utilizar las redes sociales como espacio de comunicación asincrónica, a través de la producción y circulación de información para los estudiantes de la materia, en la búsqueda de potencializar y enriquecer las mediaciones docentes.

Partimos del diagnóstico de que gran parte de los estudiantes de UNAJ tenían acceso a las tecnologías digitales a través de sus teléfonos celulares y de las aplicaciones que bajan en él (Longa, 2017). En la primera etapa de implementación durante el 2do semestre de 2016 se crearon una página en Facebook (www.facebook.com/unajpha/) y cuentas en Twitter (@unaj_ph) e Instagram (@unaj_ph). Para dar inicio al proyecto PHA en las redes fue necesaria la difusión del mismo entre los estudiantes, pero en especial al interior de la materia. Una de las premisas de la propuesta fue la idea de que para llegar a los estudiantes era primordial que los docentes (la materia tiene un plantel de 45 docentes) sean los puentes entre ellos y las redes -en especial para comunicar y validar la existencia de los espacios virtuales que ofrece la materia-. Las publicaciones en las redes sociales estuvieron etiquetadas y distribuidas de la siguiente manera:

#InfoPHA: comunicación de cuestiones administrativas en general vinculadas con información generada por la universidad, el Instituto de Estudios Iniciales -IEI- o la materia (plano de universidad, lista de aulas y horarios, calendario académico, fechas de inscripciones, información para finales, etc).

#AgendaPHA: invitaciones a las distintas actividades de interés generadas en el contexto de la materia -principalmente- pero también del instituto y de la universidad en general.

#ComunidadPHA: información de la participación de los integrantes de la materia en actividades académicas y/o culturales dentro y fuera de la universidad, siempre que estén vinculadas con sus tareas de docentes, investigadores y/o extensionistas de UNAJ.

Una vez en marcha el proyecto PHA en las redes, tuvimos que hacer frente al problema de la generación genuina de información y el tratamiento digital de los contenidos a ser publicados. En esencia, la información publicada en las diferentes redes era la misma y lo hacíamos en las tres simultáneamente, aunque procurando adaptarnos a las características particulares de cada una de ellas. Con el paso de las publicaciones terminó predominando el estilo de formato de twitter: una sintaxis concisa y limitada en su extensión a 140 caracteres con un hashtag (acompañados con enlaces e imagen).

El criterio utilizado para seleccionar la información de las publicaciones en las redes fue, en principio, ambiguo y diverso: parte del mismo era recuperado de la página de la universidad, otras veces utilizábamos información recibida por mail. En este sentido, si bien teníamos pautas estipuladas de antemano, el criterio se fue construyendo mientras transcurría la experiencia y ello se reflejó en la construcción de las etiquetas, las cuales se definieron a medida que el proyecto iba avanzando.

Por otro lado, con el objetivo de brindar a los estudiantes acceso a un repositorio de materiales y bibliografía, publicamos en las redes diferentes enlaces de acceso directo a los recursos de trabajo (manual de la materia, guías de lecturas, cuadernillos de actividades, etc.). Estas publicaciones, en cambio, se hicieron en dos tiempos: al principio del cuatrimestre todas juntas y luego, repitiéndolas, con el objeto de acompañar el cronograma establecido en la materia. Esta decisión se debió a la necesidad de acoplarnos a la trama narrativa propia de las redes sociales -la línea de tiempo- y determinó cuándo publicar el contenido de estudio de la materia. Siguiendo esta estrategia las publicaciones del repositorio fueron las más vistas, recibieron más “me gusta” y, a su vez, fueron las más compartidas.

Entonces, la incursión de la PHA en las redes sociales se tradujo en la creación de una canal de comunicación hacia toda la comunidad universitaria, principalmente estudiantes, pero también incluyó a los docentes, otras áreas de la universidad y al ámbito académico en general; donde primó como fuente de información y acceso a contenidos en diferentes formatos hipermediales. Las interacciones de los estudiantes con las cuentas de PHA mostraron que las publicaciones más exitosas fueron aquellas vinculadas directamente con el contenido específico de la materia. Este fenómeno encuentra su explicación en la idea de que “cuando las comunidades de usuarios presionan los botones de ‘me gusta’ o ‘toque’, emiten recomendaciones, comparten artículos favoritos o afirman sus preferencias sobre aquello que está o no de moda, toda esa información provista a través de redes informales genera valor real en el ámbito del intercambio de mercancías” (Van Dijck, 2016: 104). En este sentido, consideramos que lo más valorado por los usuarios de las redes sociales de PHA fueron aquellas publicaciones que se vinculan directamente con las posibilidades de generar algún tipo de facilidades en el cursado de la materia (como tener la bibliografía on line y poder acceder a ella desde cualquier dispositivo). A partir de esta evaluación, en el grupo de trabajo se impuso la necesidad de desarrollar y generar recursos digitales específicos para la materia, recursos que sean pensados didáctica y pedagógicamente para nuestros estudiantes. Diseñar propuestas de enseñanza que inspiren, motiven y sugieran aprendizajes.

Luego de la experiencia inicial del 2016, en el primer cuatrimestre de 2017 realizamos algunas modificaciones al proyecto de PHA en las redes. Una de ellas fue el

carácter de las publicaciones, a partir de ese momento la mayoría las mismas se desprendieron de la generación propia del contenido. A diferencia del periodo anterior no compartimos cualquier tipo de información sobre los eventos que se realizaban en la universidad, sino que nos ceñimos a los hashtags y específicamente a las actividades organizadas por los integrantes de la materia. Además, establecimos ciertos marcos estéticos sobre cómo publicar el contenido y para organizar de la información diseñando nuestros propios flyer. Podríamos decir, que buscamos cierta uniformidad estética, establecimos una gama de colores y elaboramos plantillas para las publicaciones.

Por otro lado, como iniciativa pedagógica propusimos e implementamos un nuevo hashtag #ProblemasParaPensar. Bajo esta etiqueta se compartió una o dos veces por semana una publicación que contenía una imagen (una fotografía de época, una fuente histórica) y una consigna abierta que indagaba la imagen a partir de los contenidos específicos en la materia. La intención era que ese interrogante no se responda con el contenido fáctico desarrollado en la materia, sino que invite a nuestros estudiantes a reflexionar sobre las cuestiones de su vida cotidiana, a pensar críticamente ciertas particularidades del presente. Las publicaciones #ProblemasParaPensar fueron tres por cada unidad temática siguiendo el programa de la materia; cada una de las fotografías representaba un eje: política, economía y sociedad. Como la mayoría de las publicaciones en las redes de la materia, #ProblemasParaPensar se publicó con el mismo formato en las tres redes sociales y en simultáneo, fueron planificadas para salir los días miércoles y domingos-en el horario de la tarde/noche-.

La elección de las imágenes y la elaboración de preguntas disparadoras fue realizada por el equipo de las redes, al que se sumó una de las coordinadoras de la materia. Trabajamos semana a semana, tomando una unidad a la vez, en un documento compartido donde hacíamos las propuestas, las sugerencias de cambios, retocamos las consignas hasta llegar a un consenso general en el equipo. Una vez publicadas se abrieron los comentarios a la participación de los estudiantes, quienes podían leer y responder las intervenciones de sus compañeros, aunque no se planteaba la posibilidad de retroalimentaciones dirigidas desde los docentes de la materia. En sí #ProblemasParaPensar compartió a través de las redes sociales una fuente histórica (una fotografía) que recuperaba en las redes sociales los contenidos que se estaban trabajando en las clases presenciales (algún tema, concepto, actor social, etc.), pero no buscaba reproducir ninguna de las dinámicas del trabajo propias del aula. Sino que invitaba a los profesores a involucrarse con el espacio en las redes de la materia y recuperar dichas publicaciones acompañando a los estudiantes en el análisis histórico de las mismas.

Con esta iniciativa se procuró sumarle un sentido pedagógico a las publicaciones que se venían realizando en las redes sociales, superando el espacio de comunicación y repositorio. Ahora bien, más allá del diseño y la calidad de la información producida y compartida en las redes, consideramos que para que la propuesta conmueva en los aprendizajes de los estudiantes es necesaria la intervención de los docentes en el espacio del aula: recuperando el contenido publicado, contextualizando la información de la publicación presentada y analizándola críticamente a partir de los contenidos de la materia.

Para reflexionar y seguir

¿Las redes sociales pueden reemplazar a los pasillos de la universidad y el contacto personal entre estudiantes como mecanismo para hacerse de la información necesaria para llevar con éxito el curso de un cuatrimestre? Al momento de escribir las conclusiones de esta experiencia, finalizado el primer cuatrimestre de 2017, las redes de la materia presentan la siguiente métrica: 133 seguidores en Twitter, 197 seguidores en Instagram y 1050

seguidores en Facebook. El número de seguidores ha ido incrementándose pero no llega a abarcar un porcentaje significativo de los cursantes cuatrimestralmente. Si nos guiamos por los principios de “popularidad” y “gustabilidad” que surgen de la nueva “socialidad moldeada por plataformas”(Van Dijck, 2016), tenemos que sostener que el alcance de la propuesta ha sido acotado. Entre los factores que nos permiten evaluar esta situación, debemos considerar, por un lado, las lógicas propias de socialidad de las redes. Por ejemplo, en las cuentas de twitter e instagram suele funcionar un principio de reciprocidad (si alguien me sigue, lo sigo). Tomando distancia de esta lógica, las cuentas de PHA no siguen a todos los que los siguen, sólo a un número ínfimo de usuarios vinculados al mundo universitario, con lo cual el potencial de incrementar el número de seguidores se reduce notablemente. Un segundo aspecto vinculado a la socialidad de las plataformas tiene que ver con el perfil de sus usuarios. Coordinadas etarias, socioeconómicas, y el grado de vinculación con las redes sociales y la tecnología en general hacen que los estudiantes opten por seguir la materia en alguna red social, en todas o en ninguna, más allá del contenido específico divulgado en ellas. En tercer lugar, se debe considerar que el tipo de comunicación que se establece en las redes no favorece las interacciones, y tiende a ser unidireccional. PHA establece un diálogo institucional con la comunidad académica, el cual es distante y no fomenta el ida y vuelta con los estudiantes. En este sentido, las publicaciones no generan altos niveles de interacción, eso en buena medida puede ser otra explicación de lo limitado del alcance de las redes de la materia entre los cursantes.

Ahora bien, los datos cuantitativos no dan cuenta de los aspectos cualitativos de las interacciones que las publicaciones en las redes sociales permiten establecer de modo offline. Las interacciones valiosas operan fuera del mundo online y pueden ser recuperadas a partir de la entrevista con estudiantes y docentes sobre su experiencia en el aula. En este sentido, detectamos la relevancia del rol de los docentes para retomar los contenidos publicados en las redes sociales, generar conexiones valiosas y obtener resultados pedagógicos. El uso de las publicaciones para iniciar o cerrar problemas ha sido resaltado como una experiencia provechosa por los docentes consultados.

Finalmente, nos interesa resaltar que, en cuanto al modelo de inclusión tecnológica en la vida universitaria, la propuesta desarrollada intenta acercarse a los postulados de los Entornos Personales de Aprendizaje –PLE-, las redes de PHA se integraron a un espacio abierto y flexible para que los estudiantes pudiesen modular su participaciones e intervenciones dándole un sentido personal al caudal de información que circula a través de los medios sociales. #ProblemasParaPensar fue la principal innovación en el segundo cuatrimestre del espacio en las redes sociales de PHA, tomamos la primera experiencia y trabajamos en el rediseño y la generación de contenidos específicos para los cursantes de la materia. En relación a la propuesta didáctica se limitó a presentar tópicos transversales bajo la etiqueta #ProblemasParaPensar y a partir de la lógica de preguntas abiertas disparar la reflexión sobre ciertas problemáticas actuales. Pero sobre todo se propuso a los profesores para que recuperen las publicaciones de las redes y les den sentido didáctico en sus clases.

Entonces, ¿Las redes sociales pueden complementar el espacio áulico en las universidades? ¿Lo puede enriquecer? Estamos convencidos de que si, en la universidad pública tenemos un espacio para seguir promoviendo y sosteniendo experiencias innovadoras, un espacio para seguir reflexionando e investigando sobre cómo usar significativamente las tecnologías en las propuestas de enseñanza.

Bibliografía

Andreoli, S. (2014). *Ambientes Personalizados de Aprendizaje (PLE) en educación*. Módulos 1 y 2. Programa Virtual de Formación Docente. Citep. Secretaría de Asuntos Académicos, UBA

Area Moreira, M. (2014) *La alfabetización digital y la formación de la ciudadanía del siglo XXI*. Rev. de Inv. Educ. v.7 n.3 La Paz.

Brito, A. (2015) *Nuevas coordinadas para la alfabetización: debates, tensiones y desafíos en el escenario de la cultura digital*. <http://tic.siteal.org/novedades/1649/nuevo-cuadernonuevas-coordenadas-para-la-alfabetizacion-debates-tensiones-y-desafios> [Recuperado 18/6/2016]

Carlino, P. (2013). *Escribir, leer y aprender en la universidad. Una introducción a la alfabetización académica*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Gastellu S. & Lescano M. (2013) “¿Cómo enseñar a todos? La importancia de la implementación de estrategias didácticas en la enseñanza universitaria”, en 1ra Jornadas de Investigación y vinculación, Problemas y potencialidades del Territorio. 31 de octubre de 2013. Universidad nacional Arturo Jauretche, Florencio Varela, Argentina

Hargreaves, A. (2003) *Enseñar en la sociedad del conocimiento*. Octaedro.

González Velasco, C. (2013) *Historia Argentina, 1912-2003*. Florencio Varela: UNAJ.

Jenkins, H. (2008) *La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona. Paidós

Lescano, M. & Quiroga, D. (2017) “PHA en las redes: una experiencia de inclusión de tecnología en la enseñanza de la historia”, en XVI JORNADAS INTERESCUELAS/DEPARTAMENTOS DE HISTORIA 9 al 11 de agosto de 2017 Mar del Plata – Buenos Aires

Lévy, P. (2004) *Inteligencia colectiva: por una antropología del ciberespacio*. Organización Panamericana de la Salud. Washington D.C.

Longa, J. (2017) *Redes sociales, canales de los estudiantes para informarse*. Diario La Capital <http://www.lacapital.com.ar/educacion/redes-sociales-canales-los-estudiantes-informarse-n1421813.html> [Recuperado 9/7/2017]

López Andrada, Concepción (2016) *Discursos en torno a la alfabetización digital y académica. Hacia un modelo integrador Virtualidad, Educación y Ciencia*. 12 (7), pp. 143-153 <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/vesc/article/view/14607> [Recuperado 9/7/2017]

Maggio, M. (2012). *Enriquecer la enseñanza*. Buenos Aires: Paidós

Van Dijck, J. (2016) *La cultura de la conectividad. Historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

Video: Mariana Maggio - La clase universitaria re-concebida <https://youtu.be/DADwxRXDRR8> [Recuperado el 9/7/2017]