



Nos situamos

Documento elaborado por
José Sánchez Rodríguez y Julio Ruiz Palmero
Tomando como base el titulado
“CONSTRUIMOS NUESTRO PLE
Autoaprendizaje y Colaboración en Red”
Autor: David Álvarez



1. INICIO.....	2
2. LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y EL CONOCIMIENTO.....	2
3. EL APRENDIZAJE MÁS ALLÁ DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA.....	3
4. APRENDIZAJE NO FORMAL Y APRENDIZAJE INFORMAL.....	3
4.1. ¿Qué es la educación formal?.....	4
4.2. Aprendizaje no formal y aprendizaje informal.....	4
5. COMUNIDADES DE APRENDIZAJE.....	4
6. LIDERAZGO Y PARTICIPACIÓN EN UNA COMUNIDAD DE APRENDIZAJE.....	5
7. CULTURA E IDENTIDAD DIGITALES.....	6
7.1. El nick y el avatar.....	7
8. REFERENCIAS.....	9



1. INICIO

En este capítulo veremos cómo la incorporación de las nuevas tecnologías, y en especial Internet, en los distintos ámbitos de actividad humana ha provocado un cambio en nuestros hábitos y prácticas; igualmente, nos aproximaremos a los conceptos de identidad digital y cultura digital.

El ámbito de la enseñanza también precisa de una redefinición en todos los niveles, desde el curricular hasta el metodológico, redefinición que afecta a los roles del alumnado y del profesorado en un nuevo contexto en el que el uso de la tecnología y el acceso universal a la información son las claves.

Internet se ha convertido en la mayor fuente de información, conocimiento y comunicación que jamás hemos tenido y supone, por tanto, un recurso que no podemos desaprovechar, tanto en la formación del alumnado como en el aprendizaje de cualquier profesional a lo largo de su vida.

Finalmente, veremos cómo el aprendizaje y la educación escapan a los espacios institucionalizados, ofreciéndonos oportunidades de aprendizaje en red, en las que nosotros fijamos nuestros propios objetivos, a través de comunidades de aprendizaje.

Los contenidos de esta unidad plantearán numerosas oportunidades para investigar por su cuenta, así como algunos recursos y herramientas con los que iniciará la construcción de su propio entorno personal de aprendizaje (en adelante PLE).

2. LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y EL CONOCIMIENTO

La rápida universalización de las tecnologías de la información y la comunicación (en adelante TIC) ha dado lugar a que el paso de la sociedad industrial a la llamada sociedad de la información haya sido tan acelerado que no nos ha dado tiempo a adaptar nuestros procedimientos, prácticas y usos.

El concepto de sociedad de la información hace referencia al uso de las TIC para la creación, distribución y gestión de la información con la certeza de que esto contribuye al desarrollo social, económico y cultural de las comunidades.

Sin embargo, ha emergido un nuevo concepto de forma casi paralela, la sociedad del conocimiento, que aunque se utiliza frecuentemente como equivalente al anterior, se refiere a la apropiación crítica y selectiva de la información por la ciudadanía con el objeto de generar conocimiento.

Efectivamente, la información por sí misma no es capaz de generar conocimiento, una identificación que procede de las teorías de la información y la cibernética durante la década de los años cuarenta del pasado siglo. por tanto, mientras que la sociedad de la información es una realidad, gracias a la popularización y accesibilidad de las nuevas tecnologías y especialmente de Internet, la sociedad del conocimiento es más bien una utopía hacia la que debemos orientar nuestros esfuerzos.



3. EL APRENDIZAJE MÁS ALLÁ DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

Una de las principales características de nuestra sociedad actual es la presencia de productos con un ciclo de vida más corto (sobre esto recomendamos la visualización del documental *La Obsolescencia Programada*: <https://www.youtube.com/watch?v=24CM4g8V6w8>). Esto, junto a la cada vez más acelerada adopción y aplicación de nuevas tecnologías en el puesto de trabajo y la creciente inestabilidad de los empleos, ha llevado a las organizaciones a replantear el aprendizaje continuo a lo largo de la vida profesional de los individuos.

De manera natural esta visión se ha extendido al concepto del *long life learning*, o aprendizaje a lo largo de toda la vida, en base a las connotaciones sociales y culturales que hoy día tiene el aprendizaje y la mayor esperanza de vida en el primer mundo. Es evidente que no dejamos de aprender en ningún momento de nuestra vida, recordemos el saber popular expresado a través del refranero en la expresión “nunca te acostarás sin haber aprendido algo nuevo”.

¿Que implicaciones tiene todo lo anterior en las instituciones educativas? Vamos a recapitular ideas:

1. El aprendizaje no acaba cuando salimos de la institución educativa.
2. El aprendizaje nos acompañará a lo largo de toda nuestra vida.
3. Las demandas actuales del mercado laboral no son las mismas que las de hace 30 años.
4. Las TIC son herramientas indispensables en casi cada puesto de trabajo.
5. La transmisión del conocimiento ya no está solo en manos de las instituciones educativas.

4. APRENDIZAJE NO FORMAL Y APRENDIZAJE INFORMAL

El nacimiento de la escuela, tal y como la conocemos hoy, está vinculada a la Revolución Industrial y a la necesidad social de formar a los futuros trabajadores de las grandes industrias. Este enfoque no solo ha determinado las metodologías pedagógicas sino también la organización de los centros, la arquitectura y disposición de las aulas, las jornadas escolares, los planes de estudio, etc.

Aún más, en cierta forma todas estas décadas de educación institucionalizada han hecho que se haya extendido la asociación entre los conceptos de aprendizaje y de educación formal.



4.1. *¿Qué es la educación formal?*

En primer lugar parece conveniente que identifiquemos los conceptos educación y aprendizaje. Mientras el primero hace referencia a un hecho en el que participa un educador y un educando y la acción del verbo recae sobre el primero, el segundo concepto se refiere a un acto individual, personal, con o sin participación de terceras personas. Por tanto, educar y aprender no tienen el mismo significado.

Una vez dicho esto podemos revisar el concepto de educación formal. Se entiende por educación formal a la educación institucionalizada, secuencial y estandarizada que intenta garantizar una cierta medida de continuidad. Se lleva a cabo desde las escuelas, institutos y universidades, atendiendo a unos objetivos didácticos, con una duración determinada y que concluye con una certificación.

El aprendizaje formal es el que se produce en el contexto de la educación formal y es intencional desde la perspectiva del alumnado.

4.2. *Aprendizaje no formal y aprendizaje informal*

A la vista de esta definición está claro que hay muchas otras situaciones donde se llevan a cabo actividades educativas en las que el aprendizaje por parte de los participantes tiene un carácter claramente intencional. No es necesario que exista una voluntad certificadora tras estas iniciativas.

La **educación no formal** comprende, por tanto, toda actividad educativa, organizada y sistemática realizada fuera del sistema educativo formal. La educación de adultos o las actividades desarrolladas por los museos o las bibliotecas estarían incluidas en este ámbito. El aprendizaje no formal sería, por tanto, el que se produce en estos contextos.

Nos queda un tercer tipo de aprendizaje, al que llamamos **aprendizaje informal**, que se obtiene en las actividades de la vida cotidiana relacionadas con el trabajo, la familia o el ocio. No es un aprendizaje estructurado (carece de objetivos didácticos, no tiene una duración determinada ni un soporte concreto) y no conlleva ninguna certificación. Aunque el aprendizaje informal puede ser intencional, en la mayoría de los casos el individuo no es consciente de que se está produciendo. Por supuesto, es un aprendizaje que no se evalúa.

5. COMUNIDADES DE APRENDIZAJE

Las experiencias de aprendizaje en red adquieren su auténtico sentido cuando se generan en el seno de una comunidad. Podemos definir una comunidad como un grupo heterogéneo (en cuanto a experiencias previas y disponibilidad de recursos) de personas en el que cada individuo puede beneficiarse de las aportaciones del resto. Una comunidad de aprendizaje (en línea) sería, por tanto, como un lugar común (en línea) en el cual todos sus miembros puedan obtener y compartir información y conocimiento con el resto.

La definición que hace Howard Rheingold es algo más sofisticada. Según Rheingold (1993, p. 5) las



Comunidades Virtuales de Aprendizaje son "...agregaciones sociales que emergen de la red cuando un número suficiente de personas entablan discusiones públicas durante un tiempo lo suficientemente largo, con suficiente sentimiento humano, para formar redes de relaciones personales en el ciberespacio".

Desde finales de la pasada década las iniciativas gubernamentales han promovido, en escuelas y otras instituciones educativas, el desarrollo de comunidades de aprendizaje en línea, por ser éstas espacios ideales para el intercambio eficaz de experiencias, información y conocimientos.

Las comunidades virtuales de aprendizaje crecen mejor cuando formar parte de ellas tiene algún valor para sus miembros. Paradójicamente, mientras la puesta en común de la información es uno de los grandes valores de las comunidades virtuales, una de las cosas más difíciles en cualquier comunidad es lograr que las personas den información. Una de las razones de este hecho es que las personas, de forma natural, creemos que las cosas que hacemos no tienen importancia, cuando en realidad estas aportaciones son el corazón del valor de la comunidad.

Clark (1998) plantea tres principios básicos para que una comunidad de aprendizaje tenga éxito:

- Las comunidades de aprendizaje crecen, no se construyen.
- La narrativa personal es vital para las comunidades de aprendizaje *online*.
- Las comunidades de aprendizaje necesitan líderes.

Probablemente, de estos tres principios, el que más nos llame la atención *a priori* sea el de la presencia de líderes. Veámoslo con más detalle en el siguiente apartado.

6. LIDERAZGO Y PARTICIPACIÓN EN UNA COMUNIDAD DE APRENDIZAJE

Un factor clave en el éxito de una comunidad de aprendizaje la figura del líder. En este contexto en el que se plantea, el liderazgo nada tiene que ver con mandar o con ser el poseedor de la información o el conocimiento, sus connotaciones son más bien sociales. El líder en una comunidad debería ser una persona con las siguientes características:

- Es capaz de influir en los demás para que trabajen con entusiasmo en la consecución de objetivos comunes.
- Es una persona de acción, proactiva en sus relaciones, que estimula e inspira el trabajo en equipo y el respaldo mutuo.
- Tiene grandes dotes para la comunicación, expresa sus ideas de forma clara y además sabe escuchar y tener en cuenta las consideraciones de los demás.
- Tiene la capacidad de mirar a medio y largo plazo.



- Se anticipa a los conflictos y reconoce los logros y el esfuerzo de los demás.
- Es una persona comprometida, leal y cumplidora.
- Inspira confianza y despierta el entusiasmo.
- Por tanto, podríamos decir que el líder es el catalizador, el que hace que ocurran las cosas.

En el extremo opuesto del líder, en los grupos y comunidades virtuales está perfectamente identificado y estudiado el subgrupo de los no-participantes. Estos integrantes, denominados *lurkers* (la traducción literal sería mirones), leen las conversaciones del grupo pero no participan de forma activa.

Los *lurkers* constituyen incluso más del 90% de la mayoría de los grupos en línea. Su actitud aparentemente pasiva, en el sentido de la ausencia de participación activa en las conversaciones y actividades de la comunidad, no los convierte necesariamente en no-aprendices. De hecho podemos distinguir entre los *lurkers* y los *lurkers* activos.

Mientras los primeros simplemente no se conectan a la comunidad, los segundos no solo obtienen información de la misma, sino que también utilizan dicha información en sus actividades. Es decir, el aprendizaje intencional parece tener lugar con los denominados *lurkers* activos.

Identificar a los *lurkers* activos da la opción de inducirlos a participar activamente. Por el contrario los *lurkers* no activos pueden ser miembros con capacidad *online* pero que no se conectan a la comunidad. Aunque las proporciones varían de un grupo a otro, el grupo de los *lurkers* no activos suele ser el de mayor proporción dentro de la comunidad.

Una de las razones por las que los *lurkers* activos no participan en las conversaciones de la comunidad la apuntábamos en el apartado anterior, la sensación de que no tenemos nada importante que aportar.

7. CULTURA E IDENTIDAD DIGITALES

Como comentábamos con anterioridad, las tecnologías han revolucionado todas las actividades humanas, desde el ocio hasta la actividad profesional. La cultura no está ajena a esta revolución, especialmente cuando en los últimos años se han puesto en manos de los usuarios las herramientas y recursos para crear sus propios contenidos digitales y compartirlos en la red, además de nuevas licencias de autoría («Copyleft - Wikipedia, la enciclopedia libre», s. f.) que facilitan esa redistribución y reutilización de los contenidos digitales.

Ya se habla de una nueva cultura de creación colectiva, una cultura del remix, en la que los creadores (cualquiera de nosotros) producen contenidos reutilizando partes de otros contenidos previos, adaptándolos según sus intereses. Toda la actividad que generamos en la red conforma nuestra identidad, una identidad ligada a nuestro proceso de aprendizaje tecnológico. Así que podríamos decir que la identidad digital es todo aquello que identifica un individuo en Internet. Esto incluye el nombre adoptado (nick), los avatares, los contenidos que aportamos y, más



genéricamente, nuestras interacciones con los demás usuarios.

La gestión de la identidad digital personal implica gestionar la propia visibilidad, la reputación y la privacidad en la red como parte fundamental del conjunto de competencias digitales que debe poseer el ciudadano/a de la Sociedad de la Información y el Conocimiento.

Todos alguna vez hemos buscado nuestro nombre en Google o otros buscadores. Como resultado obtenemos información sobre nosotros que en algún momento hemos publicado o que otros lo han hecho por nosotros. Aunque tratemos de evitarlo, de todos hay un rastro en Internet (obviamente de unos más que de otros) que conforma nuestra identidad digital.

Hay quienes son reticentes a disponer de ella (por ejemplo a estar en redes sociales). No obstante, consideramos que no deberíamos temer al medio, sino a la utilización que se haga de él, y de ello somos nosotros los responsables.

7.1. El nick y el avatar

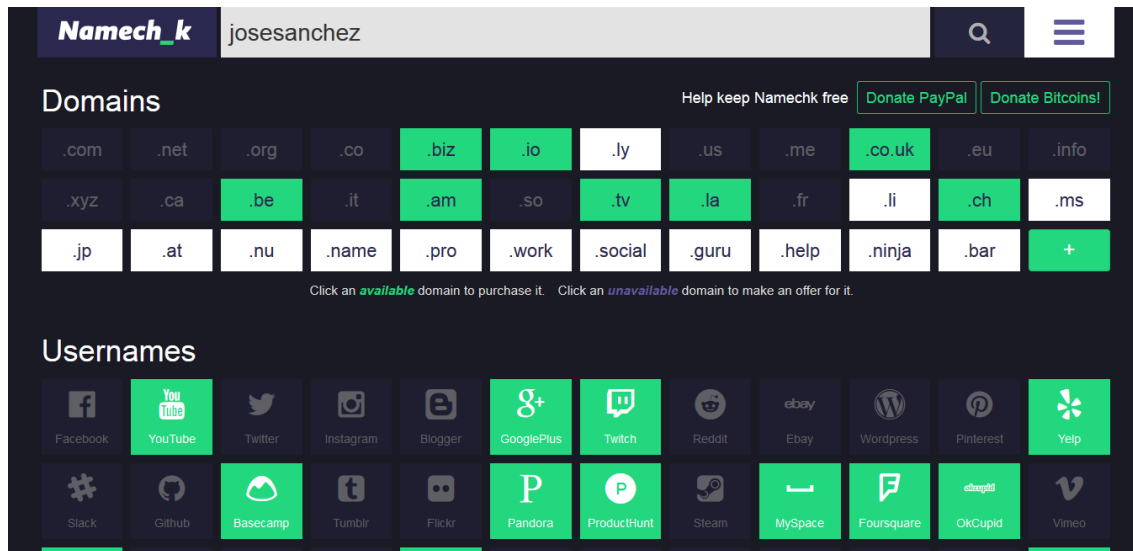
Nick es la abreviatura de *nickname*, es decir, alias o apodo en inglés y procede de los antiguos chat donde los usuarios usaban un apodo para mantener cierto anonimato. Se trata de uno de los primeros eslabones de nuestra identidad digital, por lo que debe ser un nombre fácil de recordar por otros y fácil de identificar, es decir, no debe prestarse a confusiones.

Debe ser un nick que no esté en uso por otra persona en servicios y herramientas web. Debe ser corto, sobre todo de cara a usarlo en redes de microblogging como Twitter. Pero fundamentalmente debe ser un apodo con el que nos identifiquemos.

Hay quien construye su nick utilizando los primeros caracteres de su nombre y apellidos, o bien partiendo de algún apodo de la infancia o tomando y readaptando el nombre de algún personaje de ficción.

Si utilizamos diversos servicios web y participamos en distintas redes sociales, debemos procurar usar en todas el mismo nick, ya que esto permite compactar nuestra presencia en la red a través de una única identidad. Es conveniente también disponer de una cuenta de correo electrónico cuyo nombre de usuario coincida con nuestro nick.

Para elegir el nick es conveniente que nos apoyemos en alguna herramienta que nos permita comprobar la disponibilidad del mismo en distintos servicios y redes sociales. Para ello podemos usar una sencilla herramienta llama namechk: <http://namechk.com/>.



Una vez confirmado nuestro nuevo nick es aconsejable que te des de alta en los servicios más habituales, si bien debes ser tú mismo quien vea cuáles de ellos crees que realmente te pueden ser útiles en el futuro. Recuerda que tu correo electrónico es la primera carta de presentación de tu identidad digital. Este puede ser un momento adecuado para crear (si lo estimas oportuno) una nueva dirección de correo electrónico, a ser posible con Gmail por la cantidad de recursos extra de los que dispondrás. Si ya la tienes y te sientes plenamente identificado con el usuario elegido, y además quieres seguir usándola a nivel profesional, puedes realizar la reserva de sitios en base a ese usuario/nick.

En cuanto al **avatar**. Se denomina así “... a una representación gráfica, generalmente humana, que se asocia a un usuario para su identificación” («Avatar», 2017). Es decir, es esa pequeña foto que nos identifica en redes sociales y otros servicios de la red.

Algunos incluso siguen iniciativas de otros para tener unos avatares similares: por ejemplo los “potachovizados ” (<http://discentia.blogspot.com.es/2010/01/potachovizads.html>) que ponen unas gafas y un miniportátil con su fotografía.

No personalizar nuestro perfil en redes sociales, en plataformas educativas, en nuestro blog, etc. dejando como avatar el que por defecto nos dejan estos sitios web 2.0, supone un paso atrás en la construcción de nuestra tarjeta digital.

Para crear tu avatar puedes seleccionar cualquier imagen con la que te sientas identificado; también puedes editar una imagen previa utilizando editores en línea como es el caso del editor de imágenes de Google+, fotoflexer (<http://fotoflexer.com/>) o de photoshop *online* (<http://www.photoshop.com/tools>), etc. que pueden ser una alternativa a tener que aprender a utilizar aplicaciones como GIMP o Photoshop.



8. REFERENCIAS

- Avatar. (2018, agosto 11). En *Wikipedia, la enciclopedia libre*. Recuperado a partir de <https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Avatar&oldid=101068710>
- Clark, C. J. (1998). *Let Your Online Learning Community Grow*. San Diego State University. Recuperado a partir de https://calebjc.files.wordpress.com/2015/03/3principles_online_comm2.pdf
- Copyleft - Wikipedia, la enciclopedia libre. (s. f.). Recuperado 26 de agosto de 2017, a partir de <https://es.wikipedia.org/wiki/Copyleft>
- Rheingold, H. (1993). *The virtual community: Finding connection in a computerized world*. Boston, MA, USA: Addison-Wesley Longman Publishing Co., Inc.