

L2+←: mapeando identidades digitales a lo bárbaro

Julio Alonso

Universidad de Buenos Aires

Colaboradores/as: Agustina Ramos, Emiliya Antonyuk, Ian Werbin, Laila Massaldi y Tomas Huberman.



Consumos culturales - consumos digitales - estudiantes - herramientas

Palabras
Clave

La propuesta de este seminario fue crear juntos un mapa que nos permitiera identificar qué prácticas de nuestros estudiantes conforman sus identidades. Buscamos llevarnos preguntas, ideas y nuevas formas de trabajar con ellos en nuestras aulas virtuales, presenciales o mixtas.

Objetivos

► Generales:

Indagar en el concepto identidades digitales, su relación con los estudiantes y los posibles vínculos que se pueden establecer en el espacio áulico / virtual.

Reflexionar acerca de los consumos digitales (propios y ajenos) generando y reconociendo puentes intergeneracionales con las *identidades digitales* de los jóvenes.

► Específicos:

Desarrollar un mapa que nos permita identificar prácticas culturales de los jóvenes.

Identificar cómo son llevadas a cabo estas prácticas, teniendo en cuenta los distintos tipos de lenguaje, el tiempo que les dedican y los efectos en sus subjetividades y en la salud mental.

Reconocer los límites y las potencialidades del uso de consumos culturales en el aula, como *Objetos Culturales Vagamente Identificados (OCVI)* y objetos didácticos.



¿Cómo preparar los elementos y las herramientas necesarias para un mapeo?

A la hora de planificar el seminario, decidimos enfocarnos en uno de los aspectos que consideramos fundamentales al momento de pensar la educación, y es de qué forma se reconocen e interpelan las identidades de los estudiantes en todo proceso de enseñanza y aprendizaje. Partimos de un posicionamiento social y político compartido que consiste en la firme convicción de que un proceso educativo, para ser significativo, no puede tomar a los estudiantes como tábulas rasas, sino que debe construir puentes con ellos y sus experiencias, intereses, deseos y contextos específicos. Es decir, adherimos a la idea que propone el filósofo Michel Serres en la apertura de su libro *Pulgarcita* (2013: s/p) según la cual “antes de enseñar algo a alguien es necesario, al menos, conocerlo”. Sin embargo, dado que la duración de este seminario era de sólo una hora, elegimos una definición más concreta del concepto de identidad, a la que entendemos como la apropiación distintiva de ciertos repertorios culturales de nuestro entorno, del grupo al que pertenecemos o de nuestra sociedad (Giménez, 2003). Además, tomando en cuenta el contexto de pandemia, elegimos enfocarnos en una dimensión particular de las identidades de los estudiantes: las identidades digitales, de vital importancia en la vida cotidiana de adolescentes y jóvenes.

Para pensar este concepto también fue fundamental retomar los aportes de Serres (2013) cuando plantea que las nuevas generaciones viven una vida completamente distinta a la de las generaciones anteriores y que, debido a su profunda inmersión en las tecnologías de la información y las comunicaciones, los jóvenes tienen otras formas de conocer y percibir el mundo. En ese sentido, el título del seminario funciona como un guiño: “L2 +←” es un movimiento en la consola de Sony PlayStation que se utiliza para celebrar victorias en los videojuegos. Un gesto que utilizó, por ejemplo, el tenista ruso Daniil Medvedev para festejar su triunfo en el US Open 2021 🏆: “No celebrar, como lo hago generalmente, iba a ser demasiado aburrido. Entonces elegí la celebración del pez muerto, como hago muchas veces al jugar FIFA en la Play”, explicó el deportista, y agregó: “Sólo las leyendas entenderán que lo que hice al final del partido fue L2 + izquierda”. El caso sirve de ejemplo para entender el planteo de Serres (2013) acerca de que ya no hay lenguajes compartidos entre las diferentes generaciones.

Bajo este norte, consideramos que la contribución de este seminario podría brindar herramientas para relevar e identificar cuáles son los consumos culturales de un grupo específico de estudiantes. Sin este paso previo sería imposible pensar actividades y lógicas que les incluyan en el proceso educativo. De aquí surge la idea de mapear los consumos culturales de los estudiantes. Es decir, relevarlos, visibilizarlos y vincularlos (Baricco, 2019). Ahora bien, ¿por qué generar una geografía de los consumos y no una historia de cada uno de ellos? Porque la geografía nos otorga la posibilidad de caracterizar a cada grupo de estudiantes por separado, de tener una foto panorámica del conjunto. Es decir, no pusimos el foco en detallar el consumo de manera aislada u objetivamente, sino en tomar el consumo desde su ubicación, valor e importancia dentro del cada grupo de estudiantes, apelando a la subjetividad de cada uno de ellos: observar el centro y la periferia (qué consumo prevalece, cuál es más satelital), observar su temporalidad (qué tan actuales son para ellos) y, finalmente, observar el tipo de consumo que desarrollan, qué tipo de vínculo mantienen (culposos, fan, no lo conocen, etc.). El carácter

colaborativo de las herramientas de mapeo seleccionadas permite ponerlas en práctica únicamente con los estudiantes presentes. Así, el resultado es muy específico y contextual; surgen mapas distintos en cada aula, en cada país. En suma, nos interesa el consumo cultural como parte de las identidades digitales de nuestros estudiantes.

En cuanto a la selección de herramientas para llevar adelante estos mapeos, nos pareció interesante que fueran incorporadas dentro de dinámicas virtuales, dado el contexto de pandemia. Las tres herramientas elegidas fueron Mentimeter , un Padlet  organizado en columnas, y otro en formato de lienzo que permite conexiones con los posteos. La idea fue que los docentes participaran en las dinámicas tomando el rol que luego podrían proponer a los estudiantes en sus clases. De esta manera, los docentes podrían reflexionar acerca de sus propios consumos culturales como otra forma posible de agudizar la mirada para generar y reconocer puntos de contacto y puentes intergeneracionales.



Mapeando identidades digitales

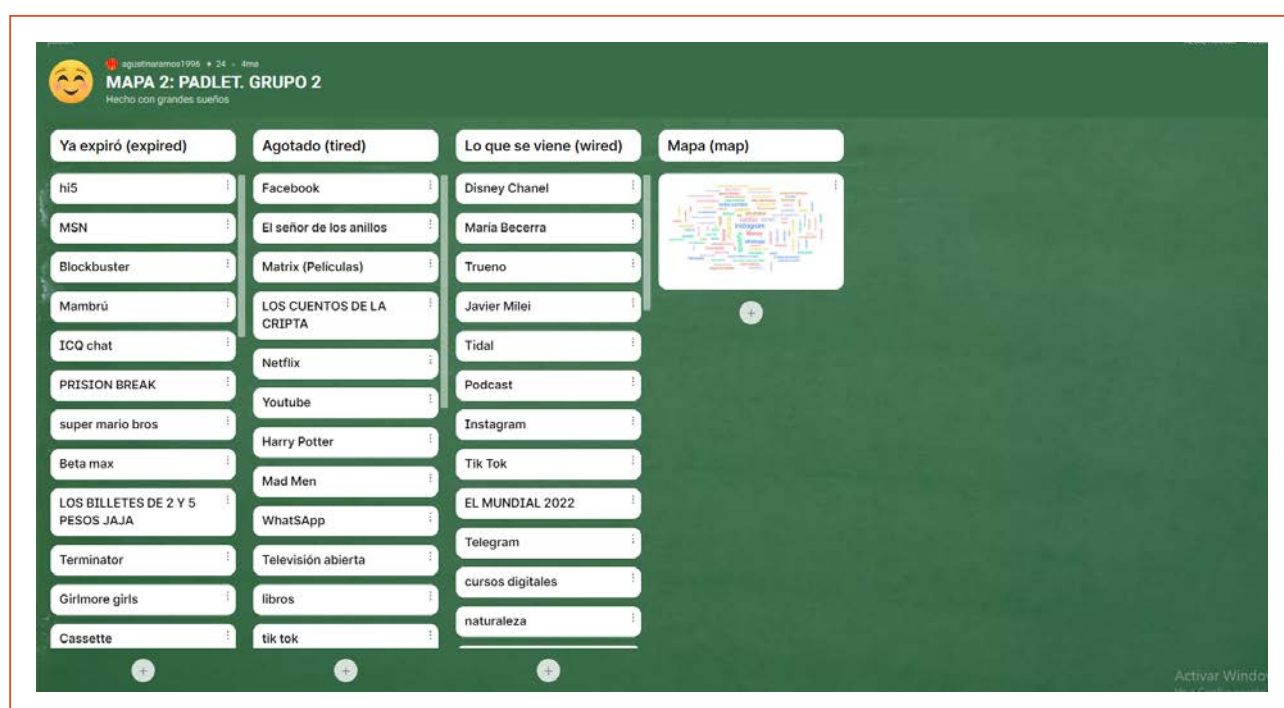
El concepto de *inclusión digital genuina* (Maggio, 2005) nos sirve como propuesta complementaria para la construcción de puentes intergeneracionales. Según Maggio (2005), así como las TIC nos atraviesan en el cotidiano, también deberían hacerlo en la educación, donde no pueden ser ya un mero apoyo. Para esta autora, las personas genuinamente incluidas en el mundo digital son aquellas que pueden asumir una postura crítica respecto de las TIC y dominar las herramientas esenciales para desenvolverse en ese mundo digital. Por eso, Maggio señala la importancia de que los docentes permitan que sus estudiantes desarrollen competencias digitales y piensen en digital. Es decir, que no sólo sepan cómo usar una app, sino que también sepan cómo esa app puede ayudarles a construir conocimiento o servirles para expresar una idea.

También nos apoyamos en el concepto de *ecología de los medios*, de Carlos Scolari (2015), como recurso retórico para interpretar los nuevos fenómenos. Este concepto puede encontrarse ya en la década de 1960 en los trabajos de Marshall McLuhan y Neil Postman. Según estos autores, hay dos dimensiones para poder interpretar a los medios: como ambiente (cuando las tecnologías afectan a los sujetos que utilizan los medios de comunicación) y como especie (a este respecto, McLuhan (1996) sostiene que los medios siempre interactúan entre sí; no se puede concebir un medio por sí solo, sino exclusivamente en la interacción con otros medios).



La ecología no se enfoca en ningún medio en particular, sino que es una teoría transmedia y está constantemente evolucionando. Un ejemplo de esto es el desplazamiento de la alfabetización clásica y la alfabetización digital hacia un nuevo tipo: la alfabetización transmediática, donde los jóvenes aprenden a través de sus consumos y sus producciones. Son entes productores, es decir, personas potencialmente capaces de generar y compartir contenidos al mismo tiempo que pueden incorporar ese conocimiento.

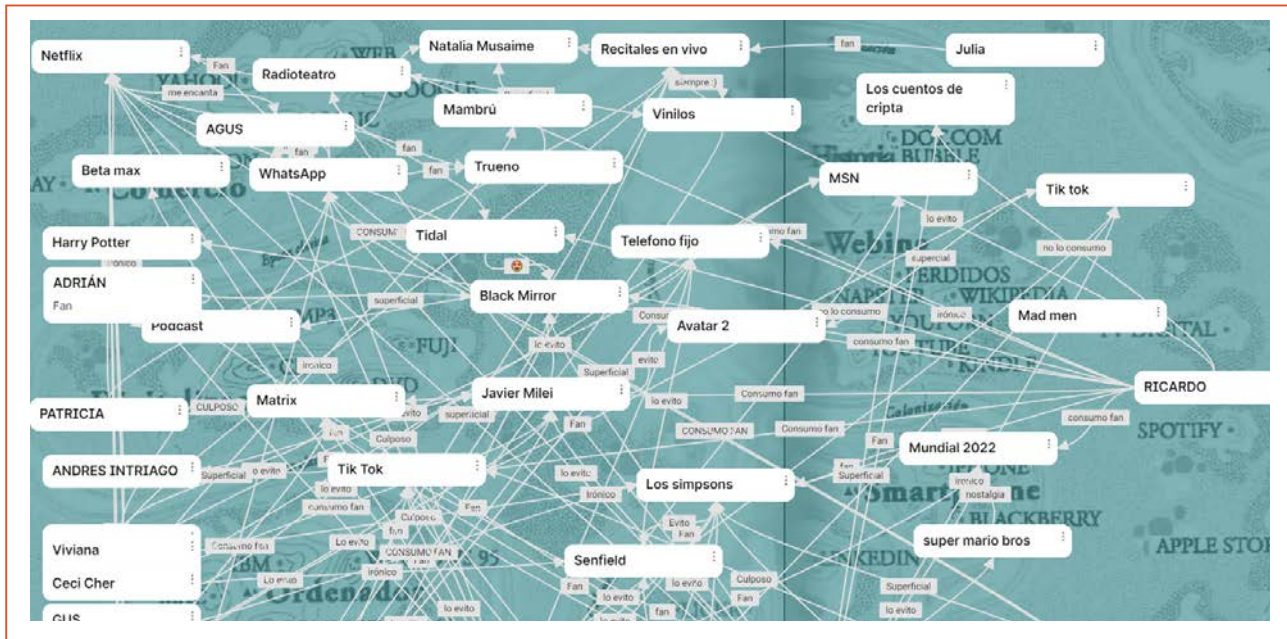
En relación con la alfabetización transmedia y la necesidad de tejer puentes culturales con las nuevas generaciones, tomamos el concepto de *Objetos Culturales Vagamente Identifi-*

A partir de esa nube de palabras, realizamos la segunda actividad en la plataforma educativa Padlet. Para ello, dividimos a los participantes en dos aulas virtuales (*Breakout Rooms*), en las que los colaboradores del seminario explicaron la actividad y respondieron las dudas que fueron surgiendo. En esta oportunidad, los participantes recibieron por el chat de la plataforma Zoom un enlace que redirigía a un Padlet armado previamente (Grupo 1  y Grupo 2 ). Una vez allí, debían tomar las palabras que habían surgido en la nube y decidir, de manera colaborativa, en qué columnas colocarlas, según las consideraran *expired* (consumo expirado), *tired* (consumo en su etapa de agotamiento) o *wired* (el consumo que se viene). Esta actividad tenía el objetivo de poner en común la dimensión temporal de los consumos y qué puentes intergeneracionales podíamos identificar en ellos (ver Mapa 2).



Mapa 2. Captura de pantalla del segundo mapeo: un Padlet en el que se organizaban los consumos según su dimensión temporal.

La tercera actividad también se realizó en Padlet, pero esta vez a partir del desarrollo en línea de un mapa elaborado de forma conjunta entre los participantes. Para ello, elegimos como imagen representativa el mapa que Alessandro Baricco presenta en el libro *The Game*, y lo colocamos de fondo en la plataforma (Grupo 1  y Grupo 2 ). A partir de distintas etiquetas que les propusimos, los participantes debieron identificar y registrar de qué manera se relacionaban con los consumos que habían surgido en la nube de palabras (consumo “superficial”, “fan”, “culposos” o aquel que evitan) y tenían la posibilidad de agregar otras que les representaran (ver Mapa 3).



Mapa 3. Captura de pantalla del tercer mapeo: un Padlet en formato lienzo en el que se establecían vínculos según el tipo de consumo.

Finalmente, volvimos a un aula en común para conversar sobre cómo habían vivido cada experiencia y qué pensamientos, sugerencias o comentarios les había despertado. En esta oportunidad hubo una alta participación. En líneas generales, los concurrentes destacaron el uso de las plataformas de forma educativa, la interacción y colaboración que permitió cada propuesta, y la posibilidad –para quienes se desempeñan como docentes– de trasladar a sus aulas los debates, las herramientas y los conocimientos adquiridos.

¿Qué sucedió una vez que mapeamos?

En primer lugar, debido al tiempo reducido con el que contábamos para llevar a cabo el taller, debimos descartar algunos contenidos que formaban parte de los objetivos específicos planteados durante el diseño del seminario. Por ejemplo, dejamos de lado algunas temáticas vinculadas a cómo reconocer los límites y las potencialidades del uso de consumos culturales como objetos didácticos. También decidimos no poner el foco en problematizar las prácticas culturales digitales en cuanto al tipo de código utilizado, los efectos en la salud mental, etcétera. Por último, nos hubiese gustado profundizar en las identidades digitales de les estudiantes, ya no para conocer sus consumos culturales, sino para identificar con qué formatos (visuales, sonoros; extensos, cortos) se sentían más cómodos.

En segundo lugar, la cantidad de participantes en el taller también resultaba un factor clave. Las dinámicas que teníamos preparadas –y que describimos hace un momento– generaban un gran volumen de información que debíamos trabajar en un rango máximo de 60 minutos. Fue por eso que decidimos dividir a los estudiantes en dos salas de grupo creadas

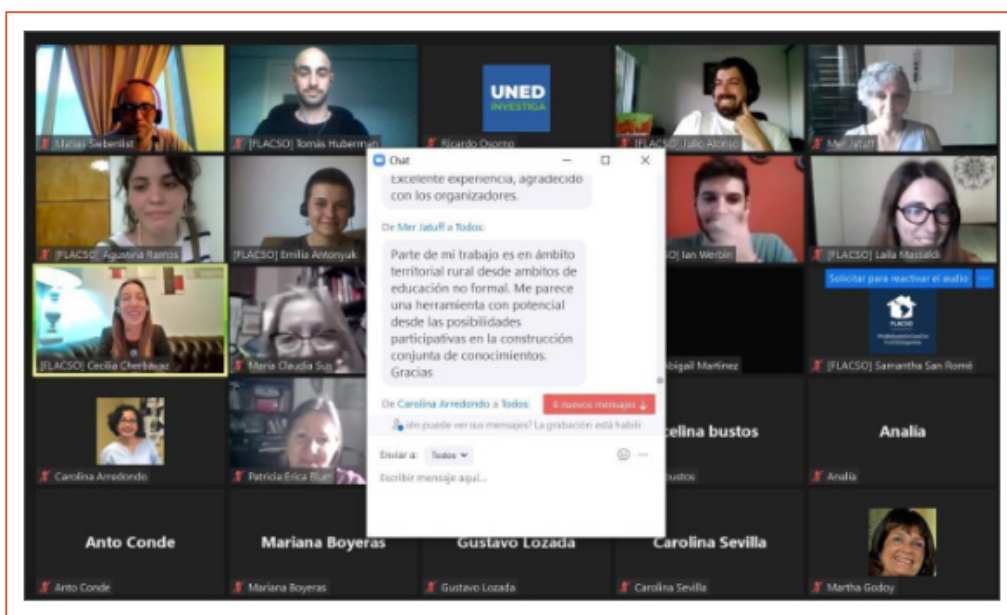
en la plataforma Zoom. Esto nos permitió dar mayor fluidez a las actividades y un acompañamiento más personalizado a les participantes.

En tercer lugar, durante la actividad en Mentimeter –que, como vimos, se desarrolló con todo el grupo en una misma sala de Zoom– ocurrió algo que no habíamos previsto al diseñar el seminario: los consumos culturales que les participantes ingresaron en el Mentimeter no fueron específicos (una determinaba banda de música, una serie o una película puntual), sino que se referían a formatos o plataformas de consumo, como Instagram, Netflix y YouTube (ver Mapa 1). Esto implicó desarrollar las actividades siguientes dando atención a esta manifestación, para poder aprovecharla.

Respecto a las actividades siguientes, que se desarrollaron en dos salas de grupo, consideramos que se generó una interacción fluida entre les participantes y que la mayoría participó activamente en las consignas planteadas. De hecho, durante la tercera actividad, en las tarjetas del Padlet aparecían comentarios del tipo “Muy bueno” o “Esto es genial”, lo que da cuenta de cierto *feedback* por parte de les estudiantes.

Tras completar las consignas cerramos las salas de grupo de Zoom y regresamos a la sala principal, donde el intercambio con les asistentes continuó a modo de conclusión y reflexión. Allí, la mayoría de les presentes compartió sus sensaciones sobre el desarrollo del taller. Por un lado, algunos comentaron que al principio les había costado familiarizarse con el Mentimeter y el Padlet, pero que aun así encontraban que las actividades eran “muy prácticas” e “innovadoras”. Verónica, por ejemplo, expresó: “Me encantó aprender estas nuevas herramientas. Primero me costó entender, pero una vez que le agarré la mano hice varias veces la actividad. Me emocioné”. Y, en ese mismo sentido, Paula opinó: “Fue una linda actividad, aunque terminé mareada jaja”.

Por otro lado, muchos participantes destacaron el trabajo colaborativo de los ejercicios. Así lo expresó Mer en su devolución del taller: “Parte de mi trabajo es en territorio rural desde ámbitos de educación no formal. Me parece una herramienta con potencial desde las posibilidades participativas en la construcción conjunta de conocimientos”.



Finalmente, otro aspecto que destacaron los participantes fue el deseo de aplicar estas herramientas con sus estudiantes. En ese aspecto, Alejandro opinó: “Muy buena la actividad desarrollada para trabajar en las escuelas”. Natalia, por su parte, dijo: “Suma para realizar actividades con mis estudiantes, ¡muy lindo todo!”. Y María Claudia expresó: “Muy buenas las actividades. Una estrategia que da cuenta, en forma rápida, de lo que piensan y hacen los integrantes de un grupo. Sería posible utilizarlo para hacer lluvia de ideas al comienzo de un tema. Felicitaciones”.

Referencias bibliográficas

- BARICCO, Alessandro (2019): *The Game*. Barcelona: Anagrama.
- CARRIÓN, Jorge (2019): “Un nuevo canon cultural en diez objetos”, en: *The New York Times*, 19 de diciembre. Recuperado de: <https://www.nytimes.com/es/2019/12/01/espanol/opinion/un-nuevo-canon-cultural-en-diez-objetos.html>
- GIMÉNEZ, Gilberto (2003): “La cultura como identidad y la identidad como cultura”. Instituto de Investigaciones sociales de la UNAM. Recuperado de: <https://perio.unlp.edu.ar/teorias2/textos/articulos/gimenez.pdf>
- MAGGIO, Mariana (2005): “Los portales educativos: entradas y salidas a la educación del futuro”, en: Litwin E. (comp.), *Tecnologías educativas en tiempos de Internet* (pp. 35-69). Buenos Aires: Amorrortu.
- MCLUHAN, Marshall (1996): *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Buenos Aires: Paidós.
- SCOLARI, Carlos (ed.) (2015): *Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones*. Barcelona: Gedisa.
- SERRES, Michel (2013): *Pulgarcita: el mundo cambió tanto que los jóvenes deben reinventar todo: una manera de vivir juntos, instituciones, una manera de ser y de conocer....* Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.