

**LOS NUEVOS MEDIOS,
UN APORTE PARA LA FORMACIÓN DE ADULTOS**

Autor

Diego García – diego@mgconsultora.com.ar

Núcleo temático:

Construyendo posibilidades de educar

Introducción

Trabajar en temas de formación de adultos implica pensar las características de esos destinatarios, bien distintas de las de los niños y adolescentes.

Los adultos se forman en muchos lugares. Pero, a los fines de este trabajo, distinguiremos dos ámbitos de educación particulares: la escuela para adultos y la formación empresarial.

¿Por qué estos dos? Porque, a diferencia de la universidad (instancia que también, siendo estrictos con la edad, es “para adultos”), las características de la escuela de adultos y la empresa tienen algunos puntos en común: la **variedad** de edades, intereses, estilos y ritmos de aprendizaje y gustos –por mencionar solo algunos aspectos- es notoria y mayúscula. Obliga a pensar estrategias puntuales, que brinden los conocimientos necesarios y las herramientas adecuadas para obtener más conocimientos en un mundo en donde los contenidos resultan cada vez más cambiantes y, paradójicamente a la vez, la capacidad de apropiarse de ellos se constituye en un bien irrenunciable.

Frente a esto, en la presente comunicación se exponen casos en donde se combinan la formación de adultos con la utilización de los denominados “nuevos medios”.

¿A qué llamamos “nuevos medios”?

Según Roberto Igarza, los nuevos medios son *nuevas formas culturales que dependen de componentes digitales físicos para su distribución, representación y uso interactivo*¹. Esos componentes digitales físicos han ido (y seguirán) evolucionando a lo largo del tiempo. Cada vez más, en ellos, se usa, representa y distribuye gran parte de la cultura de nuestros tiempos.

Cabe aclarar que el término “nuevo medio” se acuña con el surgimiento de la llamada internet 2.0 o colaborativa, aquella internet en la que el usuario no es un mero receptor, sino que recrea su sentido cuando puede aportar contenido al sitio que está visitando.

Los nuevos medios se instalan también a un nivel metafórico: como nuevos patios, nuevas charlas de café, nuevas mateadas, nuevas previas a salidas, nuevos encuentros casuales con vecinos, entre muchísimas variedades más, tan positivas y negativas como los

espacios tradicionales. Todo lo que ocurre en los lugares “viejos” tiene su correlato y analogía en estos espacios “nuevos”.

Los casos más resonantes de experiencias 2.0 han sido la aparición de los foros, los fotologs, los blogs, Wikipedia, YouTube, para luego dar paso a las exitosísimas redes sociales LinkedIn, MySpace, Facebook, Twitter y Google+.

En estos sitios pasa buena parte de la vida de los nativos digitales. ¿Quiénes son? Los integrantes de las generaciones que nacieron en un mundo que ya tenía computadoras en los hogares (generaciones Y, Z y las que sigan). En Argentina, llamamos “nativos digitales” a quienes recientemente han alcanzado los 21 años y los que vienen detrás.

Para los nativos digitales, participar de una red social es poco menos que una obligación. Es algo que se ha naturalizado tanto como el uso del celular.

Para tener una idea, el Licenciado Juan José Larrea² nos cuenta que, en los últimos 39 segundos hubo³:

- 333.461 comentarios en Facebook, que además sumó 378 nuevos miembros.
- 24 horas de video subidas a YouTube y 907.403 videos vistos
- 40.833 mensajes por Twitter, sitio que incorporó 135 twitteros en este tiempo.
- 133.003.552 correos electrónicos enviados

Estos números, que no son más que estadísticas, sirven para dejar claro que lo que ocurre en la red es mucho, y eso cambia hábitos, formas de actuar, tiempos. Como para aportar un dato más, un tercio de la población de Argentina tiene cuenta de Facebook. De hecho, internet se valora al mismo nivel que el aire que respiramos⁴.

Los nativos digitales están naturalmente en los nuevos medios. Y los inmigrantes digitales, también están ahí. O quieren estar. O necesitan estar. ¿Por qué? Porque la tecnología de internet se integra a cada vez más aspectos de la vida cotidiana, que resultan imprescindibles para desempeñarse con la lógica de este nuevo siglo.

Nuevos medios en la formación

En el ámbito de la educación, los nuevos medios también hacen su aporte, con lo que se conoce como *e-learning* (un neologismo, que quiere significar “aprendizaje electrónico”). El *e-learning* tiene una categorización generalmente aceptada: las Plataformas Educativas, para aprendizaje diacrónico, y las Aulas Virtuales para aprendizaje sincrónico. En las primeras, los responsables de la formación publican materiales, evaluaciones, abren foros, proponen temas de debate, y cada usuario ingresa según sus tiempos y realizan sus aportes, descargan materiales, participan de los debates, etc. En las segundas, todos los participantes acuerdan un día y un horario y se encuentran en tiempo real para participar de un encuentro formativo.

Se presentarán a continuación dos casos, que ayudarán a comprender las condiciones que se deben dar, y entonces los motivos que hacen que estas herramientas sean útiles para la educación.

En el primer caso, de la **Escuela**, dos cursos de turnos distintos realizarían, para la materia de Comunicación y Medios, un único programa de televisión. El grupo vespertino era el más pequeño, con ocho integrantes. El grupo nocturno, en tanto, tenía 15 personas. El contexto de educación de adultos presupone que los alumnos no disponen de mucho tiempo fuera del horario escolar, ya que trabajan o tienen familias que atender. Con lo cual la opción de realizar cambios o combinaciones de horarios no era viable. La alternativa virtual comenzaba a sonar como la mejor opción para resolverlo.

En el segundo caso, de la **Empresa**, ocho representantes de venta distribuidos a lo largo de todo el país debían lograr reunirse para recibir un programa de capacitación en temas de seguridad. Por las características del puesto y de los temas (muchos de ellos muy abiertos al debate), resultaba clave que en el encuentro se pudiera conversar e intercambiar experiencias, además de recibir los aspectos teóricos del caso. Nuevamente, lo virtual parecía ser un camino adecuado.

Como se ve, entonces, la primera condición que debe darse es la **necesidad real** de que el nuevo medio resuelva una situación: no se trata de aplicar la tecnología por sí misma, como si fuera un cliché.

En segundo lugar, los encargados del curso deben acceder a la **formación adecuada** para desempeñarse en estos nuevos medios, con las nuevas lógicas de los entornos virtuales para la formación.

La tercera condición, consiste en la **capacitación de los participantes**. En ambos casos planteados en este trabajo, hubo una primera sesión dedicada exclusivamente a la formación de los participantes de los entornos virtuales en el uso de la herramienta.

Y como cuarta condición se plantea una imprescindible: la elaboración de los contenidos debe estar **pensada específicamente**, ya que son puntuales las dinámicas de estos espacios, y presentan particularidades que conviene explotar.

Estas cuatro piezas, entonces, consolidan el desarrollo de una experiencia de aula virtual.



Qué ocurrió en cada una de las experiencias

En el caso de la Escuela, se eligió una plataforma de gestión del aprendizaje, o LMS por su sigla en inglés, que es la alternativa diacrónica de formación virtual. Con la orientación del docente, los alumnos de ambos turnos participaron de este espacio, intercambiando opiniones, planteando temas para el programa de televisión, votando quiénes ocuparían los diversos roles de la producción e incluso compartiendo los videos de las pruebas de cámara que se hicieron para “perder el miedo”.



Resultó sorprendente el hecho de que fueron los alumnos más grandes los que más participación tuvieron en la plataforma, pese a ser quienes más dificultades encontraban para desenvolverse. Pero luego de la capacitación inicial en la herramienta, incluso ingresaban desde sus casas, hacían aportes o subían materiales que consideraban valiosos de compartir.

Por su parte, para los más jóvenes, significó encontrar una estrategia didáctica que les hablara en su mismo idioma, con las cosas que están acostumbrados a hacer (dejar comentarios, *chatear*, integrar múltiples medios en una sola plataforma), en este caso, con fines de enseñanza-aprendizaje.

El resultado fue un único programa de televisión, cuyo contenido fue producido y desarrollado íntegramente por los alumnos de ambos cursos, en un trabajo coordinado entre los turnos.

En el segundo caso, de la Empresa, se decidió por un aula virtual, es decir, la alternativa sincrónica, en tiempo real. Se estableció un rol de moderador, que hacía las veces de soporte técnico, y uno de docente o encargado del curso, que conducía la dinámica del encuentro.

Al momento de presentar este trabajo, se habían realizado seis de los nueve encuentros planificados para este año, con una asistencia casi perfecta. El compromiso asumido por los participantes superó las expectativas, especialmente teniendo en cuenta:

- que es la primera experiencia que se realiza con este grupo de empleados, que históricamente se sentían “dejados de lado” por las particularidades de su trabajo.
- que los temas que se tratan (seguridad, emergencias en ruta, alcances legales en casos de accidentes, entre otros), resultan siempre sensibles, sea cual sea el destinatario.

Es de destacar que, quienes por algún motivo no podían asistir al aula, informaban puntualmente los motivos, y solicitaban la grabación del encuentro, para poder verlo en otro momento. Por lo demás, los espacios desde donde se conectaban para participar eran, en algunos casos, curiosos: sus propias casas, locaciones de clientes, bares, estaciones de servicio... ¡y hasta la sala de espera de un consultorio odontológico!

A la fecha, los resultados de satisfacción del usuario han sido muy alentadores, tal como se ve en el siguiente gráfico:



Claramente, había una demanda real que satisfacer y esta herramienta, pese a las resistencias que puede ofrecer en un primer momento (por lo nuevo, lo desconocido, etc.), pudo responder satisfactoriamente a esa necesidad.

Conclusiones

Los casos aquí descritos sirven para explicitar cómo los nuevos medios, utilizados como entornos virtuales de aprendizaje, dan a los destinatarios posibilidades concretas, originales y específicas para la adquisición de recursos y herramientas de su interés.

Atendiendo a las cuatro condiciones aquí planteadas para el desarrollo de estrategias educativas en entornos virtuales, pueden generarse experiencias formativas que atiendan a la principal característica de los grupos aquí analizados: la notable heterogeneidad de sus miembros, en todo sentido.

Los nuevos medios, como aporte comunicativo a la formación de adultos, resultan un campo de exploración muy fértil. Allí, las distintas generaciones pueden generar un espacio de encuentro y de desarrollo. Los jóvenes se sienten atraídos porque les resulta un ambiente familiar, en donde saben desempeñarse, y que siempre les sigue resultando desafiante. Los más grandes, a través de estas herramientas, logran captar nuevas habilidades que facilitan su desempeño en las infinitas variables que adquiere la aplicación tecnológica en el siglo XXI.

Como se intentó dejar claro en este trabajo, no es la tecnología en sí misma la que brinda las posibilidades de educar, sino el cambio de paradigma. Un cambio que debe darse en ambas partes, tanto en el rol del docente como en el rol del alumno, sea en el ámbito que sea. Aprender a través de entornos virtuales es bien distinto del aprendizaje en los espacios tradicionales. Igarza es optimista al decir que *el espacio para la reflexión acerca de cómo enfrentar esta demanda [de las TIC] con los medios tradicionales (...) tiende a reducirse cada vez más*⁵. Y es que las lógicas, motivaciones, estructuras de pensamiento, actividades, recursos, evaluaciones y un largo etcétera se ponen nuevamente en el mazo para “barajar y dar de nuevo”. Acercarse sin prejuicios y con una mente curiosa a estos nuevos medios puede ayudarnos a descubrir muchísimas posibilidades para aplicar en nuestro trabajo.

¹ IGARZA Roberto. 2008. Nuevos Medios. La Crujía Ediciones. Argentina

² LARREA Juan José. 2011. Gestión de las TIC's para la Comunicación Estratégica.

www.ijlarrea.com

³ HAYES, Gary. 2011. Garys Social Media Count. <http://www.personalizemedia.com/garys-social-media-count/>

⁴ TERKEL, Juan. 2011. Recursos vitales (y virtuales).
<http://www.tendenciasmag.com/Articulo.aspx?Articuloid=3110>

⁵ IGARZA Roberto. 2010. El aula en transición. <http://robertoigarza.wordpress.com>

Bibliografía

GORE Ernesto. 2004. La educación en la Empresa. Granica. Argentina

HAYES, Gary. 2011. Garys Social Media Count. <http://www.personalizemedia.com/garys-social-media-count/>

IGARZA Roberto. 2008. Nuevos Medios. La Crujía Ediciones. Argentina

IGARZA Roberto. 2010. El aula en transición. <http://robertoigarza.wordpress.com>

LARREA Juan José. 2011. Gestión de las TIC's para la Comunicación Estratégica.
www.jjarrea.com

MITRA, Sugata. 2007. Cómo los niños se enseñan a sí mismos.
http://www.ted.com/talks/lang/spa/sugata_mitra_shows_how_kids_teach_themselves.html#.TnJC4MA8UoQ.facebook

MARGIOLAKIS Evangelina, GAMARNIK Cora. 2011. Enseñar comunicación. LCRJ' Docencia. Argentina

PAIN Abraham. 2001. Capacitación Laboral. Universidad de Buenos Aires. Argentina

TERKEL, Juan. 2011. Recursos vitales (y virtuales).
<http://www.tendenciasmag.com/Articulo.aspx?Articuloid=3110>