

LABORATORIO DE MEDIOS SOCIALES. UNA EXPERIENCIA DE EDUCACIÓN CRÍTICA EN EL GRADO DE EDUCACIÓN SOCIAL

José Miguel Gutiérrez Pequeño

Universidad de Valladolid

josemiguel.gutierrez@uva.es

PALABRAS CLAVE

Medialab, educación social, intervención sociocomunitaria, educación mediática.

RESUMEN

La emergencia de los laboratorios de medios sociales, como espacios para la experimentación y la producción colaborativa, abre la discusión sobre la manera en que nos aproximamos a la complejidad social, sobre todo al abordar la tecnología y su relación con la ideología. En este texto buscamos debatir acerca de sus posibilidades como práctica para repensar la universidad como institución vinculada a la intervención sociocomunitaria. Consideramos necesario un diálogo más profundo con iniciativas relativas a la participación ciudadana, más cercanas a los movimientos sociales que a la cultura académica. Reflexionamos sobre las posibilidades de incorporar la cultura del laboratorio de medios como una oportunidad de educación crítica para la transformación social e institucional.

1. INTRODUCCIÓN

Los laboratorios de medios sociales, como espacios de experimentación y cocreación, se han convertido en uno de los principales mecanismos de innovación en nuestros días. En este marco, los medialabs surgen como un tipo de laboratorios centrados en la experimentación con tecnologías y medios de comunicación y evolucionan, con el desarrollo de la sociedad digital, hacia laboratorios de mediación ciudadana e innovación social.

Como afirma Hassan (2014) los social medialabs son plataformas ideadas para abordar retos que se definen por su carácter social, congregando gente con distintas características y enfoques para trabajar de forma colectiva; por su carácter experimental, en tanto que procesos de creación continuados en el tiempo y por su carácter sistémico, trabajando en la generación de prototipos que puedan resolver los retos propuestos.

Los laboratorios de medios sociales (Pascale, 2018) pueden caracterizarse como uno de esos nuevos dispositivos institucionales que surgen para medir la temperatura social, y convertir las protestas en propuestas. En ese sentido, son un mecanismo de doble potencialidad: por un lado,

permite identificar nuevas temáticas a las que las instituciones por sí solas no llegarían y, por el otro, facilita una forma alternativa de trabajar tanto estas problemáticas como las que ya se encuentran en la agenda política. Esto hace de los laboratorios un instrumento interesante para aportar soluciones a la intervención sociocomunitaria desde la propia ciudadanía.

Los medialabs o centros experimentales de cultura digital promueven la cocreación, generan pensamiento colaborativo y vinculan a las múltiples inteligencias con sus experiencias, sentires, estéticas y conocimientos, en una dinámica lúdica e innovadora en la generación de procesos y productos, desde una investigación contextual y aterrizada en la problemática cotidiana para entregar soluciones prácticas, rápidas y de bajo coste con uso de tecnología social y digital (Gutiérrez et al, 2017). Estos laboratorios sociales serían las nuevas aulas sin muros (Carpenter y McLuhan, 1974), donde la libertad y la creatividad son los ejes de la innovación, basados en la prueba y el ensayo, donde el error es lo que se busca para conocer mejor la realidad y donde el pasado construye el futuro en el presente.

En nuestro actual contexto, son frecuentes los cuestionamientos con respecto a la labor de las universidades, el sentido de la producción académica y su vinculación con los complejos problemas que aquejan a la sociedad. De acuerdo con Heleta (2016) los académicos no se encuentran perfilando los debates públicos. Menciona que anualmente se publica un millón y medio de artículos en revistas académicas, que son en su mayoría ignorados por la comunidad científica.

El papel de las universidades con grados centrados en temas vinculados con innovación social puede ser un factor fundamental en el desarrollo social. Tal y como afirman Ruiz y Alcalá (2016, pag.112) es clave “la transformación de centros tradicionales que implementaron culturas tradicionales en espacios de diálogo, en ecosistemas creativos. Simultáneamente dedicados a la reflexión y al debate, a la investigación y a la producción, a la formación y a la socialización”.

En ese sentido, las nuevas modalidades de democratización de la tecnología y conocimiento en los laboratorios y la práctica del prototipado son relevantes en un contexto de transdisciplinariedad, de emergencia de nuevos métodos de investigación y de la necesidad de ser creativos a la hora de procurar recursos (tangibles e intangibles) para la generación de conocimiento colectivo dentro de planteamiento de modelos inclusivos.

Los laboratorios cumplen con una función esencial en la educación crítica. Su potencial didáctico es alto porque abogan por el desarrollo de una visión activa del estudiante en los

procesos de aprendizaje. Los media labs son unidades para el descubrimiento e impulso de nuevas ideas. En las universidades abren espacios para la experimentación con tecnologías digitales y son lugares donde se busca deconstruir y criticar las maneras en que las tecnologías operan dentro de la sociedad.

A través de este ejercicio de reflexión buscamos argumentar que los laboratorios de medios son plataformas que permiten habilitar procesos creativos y productivos para la transformación social e institucional dentro de planteamientos basados en modelos inclusivos y críticos. No hay un modelo ni formato único de laboratorio, sin embargo, consideramos que desde las universidades es importante rescatar la vocación de experimentación propia de la innovación para transformar la cultura académica, el entorno y las comunidades.

2. OBJETIVOS / HIPÓTESIS

El objetivo nos planteamos es desarrollar un modelo de laboratorio social, orientado al procomún y al cambio social, que sirva de manera simultánea a la producción de conocimiento en humanidades, al cuestionamiento de los sistemas dominantes de producción de conocimiento, a la transformación de la universidad como institución educativa y a los propios procesos de aprendizaje, todo ellos desde el punto de vista de la educación crítica.

3. METODOLOGÍA / MÉTODO

El estudio realizado se puede considerar investigación de corte biográfico-narrativa, pues el foco de atención se centra en la exploración de las producciones tecnomediáticas (en sus diferentes formatos) a través de las que los futuros educadores conforman modos de actuar y configurar sentidos en el entorno hiperconectado (Chase, 2015). En el caso de las relaciones entre tecnología, ideología y medios de comunicación partiremos de las referencias ofrecidas por Sola Morales (2013) cuando relaciona las narrativas tecnomediáticas con aquellos relatos que circulan en los medios de comunicación y que nos proponen diversas representaciones e imágenes sobre la identidad. Sin embargo, esta noción de orden cognitivo debe ser complementada con una visión más pragmática que considera las narraciones digitales en tanto formas de acción socialmente determinadas, performances socialmente situadas, modos de actuar y dar sentido al mundo (Denzin y Lincoln, 2015).

Al mismo tiempo, y dado que nuestra investigación pretendía analizar la experiencia social mediada por las tecnologías digitales y los social media, nuestra indagación no solo se centraba en el ecosistema mediático en tanto objeto de conocimiento, sino también en la oportunidad de utilizar la red como herramienta de investigación, por lo que se planteaba la etnografía digital

(Hine, 2004) como un mecanismo que nos permitiera examinar las relaciones entre los ámbitos virtuales y presenciales, comprendiendo además que la aparición de la radio, la televisión, el ordenador, los smartphones, Internet, buscadores web, e-mail, redes sociales, etc., han influido y mediado en las interrelaciones personales.

El estudio incluía la recogida y análisis tanto de los aspectos vinculados a la realidad analógica y presencial del aula como a los elementos de la docencia y la realidad virtual/digital de los participantes.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los laboratorios cumplen con una función esencial en la educación. Su potencial didáctico es alto porque abogan por el desarrollo de una visión activa del estudiante en los procesos de aprendizaje. Los medialabs o laboratorios de medios han sido definidos como unidades para el descubrimiento e impulso de nuevas ideas (Sádaba y Salaverría, 2013). En las universidades abren espacios para la experimentación con tecnologías digitales (Edwards, 2010). Los medialabs son espacios experimentales donde se busca deconstruir y criticar las maneras en que las tecnologías operan dentro de la sociedad (Schmidt y Brinks, 2017).

Los laboratorios son espacios de creación, propios de usuarios avanzados, en los que se realizan prácticas relacionadas con la innovación abierta. Estas, en su mayoría, se soportan por el uso de tecnologías de la información y la comunicación, realizadas en un espacio físico en forma de taller. Las dinámicas suelen asociarse a una metodología de trabajo colectivo interdisciplinar. Los proyectos y producciones abarcan un amplio abanico dado que va desde formas de activismo social hasta la producción de objetos más relacionados con la tecnología. También suelen incorporarse prácticas vinculadas a una suerte de activismo político.

El desarrollo de proyectos en un media lab se lleva a cabo con la metodología del prototipado. El prototipo es el modelo inicial de un objeto creado para testear un concepto o diseño. Por lo tanto, los prototipos no pretenden ser versiones perfectas del producto final, sino un modelo temprano. Su objetivo es perfeccionar procesos y elementos antes de ser implementados a gran escala. El prototipo siempre es potencial pero pragmático; en un media lab, para llegar a su versión más avanzada se trabaja mediante creatividad, aplicación de conocimientos y experimentación. Esta experimentación conlleva pruebas de ensayo y error, análisis de errores y rediseño, es decir, el prototipado es una metodología de aprendizaje-producción.

Concebimos el media lab como un espacio abierto de experimentación, provisto de tecnología útil para materializar proyectos y donde se produce innovación a través de prácticas de creación

y diseño. Son entornos que favorecen el pensamiento creativo y el debate ideológico a la vez que presentan una clara orientación al hacer, y más específicamente, al hacer con los otros, con el alumnado del Grado, puesto que el potencial productivo individual se amplifica cuando se producen encuentros colectivos para diseñar y crear conjuntamente. Las prácticas de prototipado son fundamentales en el proceso de innovación, puesto que el prototipo representa las diferentes tentativas de respuesta (también las fallidas) que se ensayan durante el proceso.

El aprendizaje es una dimensión sustancial del prototipado ya que, como método de producción, permite aprender más rápido que en otros métodos ya que puedes equivocarte antes, permite fallos más pequeños (que en la producción a gran escala) y, por lo tanto, errores más controlados. Aprender tempranamente de estos errores activa un ciclo iterativo de rediseño y testeo.

En los laboratorios, la gente suma, crea comunidad, propone desde abajo y en horizontal, desde el procomún, donde el debate siempre es una actividad política de discusión sobre el bienestar social, pero sin olvidarse de las estéticas en constante construcción. Los media labs son espacios de generación asociativa espontánea y, por ello, su configuración como comunidad no es sencilla.

Los media labs se sitúan en un lugar simbólico de tensión ya facilitan que el alumnado tenga un papel más activo en los procesos de producción del conocimiento a la vez que mantienen esquemas asociados a los laboratorios clásicos (dando respuestas muy diferentes, eso sí). Por todo ello son entendidos también como entornos abiertos y distribuidores de experimentación e innovación colectiva.

5. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

A través de este ejercicio de reflexión buscamos argumentar que los laboratorios de medios sociales son plataformas que permiten habilitar procesos creativos y productivos para la transformación social e institucional a partir de la disrupción en los procesos de producción de conocimiento asociados a la defensa de los bienes comunes. No hay un modelo ni formato único de laboratorio. Sin embargo, consideramos que desde las universidades es importante rescatar la vocación de experimentación propia de la innovación para transformar la cultura académica, el entorno y las comunidades. La universidad y las humanidades digitales tienen una oportunidad invaluable de incidencia en este proceso.

El desarrollo de los laboratorios de medios en el entorno universitario genera nuevas oportunidades para la innovación, incorporando el espíritu hacker dentro de instituciones en

ocasiones centenarias. La transformación digital, la apertura y la implicación social adquieren una nueva dimensión poco frecuente en las instituciones de educación superior. La innovación que el media lab aporta se concreta en la materialización de los principios y formas aprendidos en el ámbito digital, se generan procesos de innovación abiertos y compartidos. Se configuran como plataformas generativas orientadas a la producción frente a la idea de portal que muestra unos contenidos ya cerrados a unos usuarios consumidores. Suponen también una forma de explorar la continuidad de las dimensiones física y digital, lejos de falsas dicotomías entre lo real y lo virtual.

Probar y experimentar son las directrices de una generación que vive desde lo práctico para luego reflexionar y evaluar lo vivido, los fracasos son sumas de conocimiento experimental que van modelando el éxito. Las simulaciones sirven para equivocarse y posteriormente utilizar esa práctica en la realidad para no cometer los mismos errores.

Esto hace de los laboratorios un espacio de aprendizaje reflexivo cuyas soluciones y propuestas se plantean en forma de prototipos que son: a) producciones materiales, b) incorporan distintos saberes y c) necesitan ser probados y testados. En ese sentido, son soluciones siempre mejorables y que permiten seguir incorporando nuevas experiencias. Ello supone que, a pesar de surgir en contextos situados, puedan ser probados en diferentes escalas y realidades muy distintas, adaptándose a las peculiaridades de esa nueva realidad, aprovechando el caudal ciudadano acumulado y dando, al mismo tiempo, retorno al prototipo original.

Los laboratorios de medios añaden una dimensión pragmática, la capacidad de producir soluciones colaborativas. Esta capacidad de hacer a la ciudadanía y hacerlo colaborativamente con las instituciones supone incorporar la creatividad de las personas a la producción de políticas, mediante procesos de innovación que incluyen y combinan conocimientos diversos. El principal de ellos es su amplia capacidad para practicar el ensayo-error. Esto hace posible el análisis ágil de errores, al tiempo que facilita el rápido aprendizaje, lo que evita el coste de errores mayores y lo convierte en conocimiento acumulado para la institución. Se trata de un modelo, por tanto, que permite el error y lo transforma en aprendizaje, pero que lo hace, además, como parte de su propia naturaleza. Siempre nos movemos en el plano de la experimentación y el prototipado de los proyectos que forman parte de un media lab, del diseño del propio laboratorio y del programa en el que se inserta.

Junto a los aprendizajes, la experiencia de los laboratorios de medios plantea también una reflexión sobre algunas de las limitaciones y dificultades que conlleva poner en marcha nuevos

modelos institucionales, como quiénes participan, cómo se participa o cuál es el resultado final de los prototipos. A este respecto, incluir a nuevos actores no es tarea fácil, como tampoco lo es evitar sesgos en la participación. Ahondar en las causas de estas barreras y promover de forma activa la participación de actores tradicionalmente excluidos es uno de los principales retos para cualquier laboratorio de estas características.

Del mismo modo, equilibrar el diálogo de los participantes durante los laboratorios se convierte en otro de los desafíos, así como generar un lenguaje común y una forma de comunicación que permita trascender la deliberación y concretarla en prácticas colaborativas. En cuanto a los prototipos, se trata sin duda del resultado tangible más visible que tiene un laboratorio, de ahí que el lograr que se conviertan en soluciones sostenibles en el tiempo es una prioridad para su consolidación como espacios de codiseño de políticas de intervención sociocomunitaria.

El laboratorio permite desarrollar competencias y adquirir conocimientos que son de gran utilidad en nuestros tiempos, por ejemplo, todo tipo de competencias digitales, desde las más básicas a las más avanzadas, como usuario de servicios ya existentes o incluso programando tu propio código. El laboratorio proporciona además libertad organizativa, ya que puede desarrollarse en una amplia variedad de formatos: físico, virtual o híbrido siendo este último el más recomendable al ser el más inclusivo y el que mejor aprovecha el potencial de ambos formatos. Puede llevarse a cabo en un espacio físico establecido o bien ser cambiante en función de las necesidades y disponer de una estructura permanente en el tiempo o que se active cada vez que haya que abordar un nuevo proyecto.

En este contexto de la innovación a través de los laboratorios de medios, como procesos que se llevan a cabo en colectivo, se debe puntualizar que los resultados no se apresuran, tampoco son mágicos. Como en todos los cambios y procesos de evolución y transformación de las sociedades se desarrollan en etapas o fases para conformar un proyecto, una respuesta o un nuevo producto innovador.

Proponemos pensar en el laboratorio de medios sociales como una apuesta, un prototipo o modelo de lab que aborde la transformación de los procesos de producción de conocimiento, la reformulación de las instituciones universitarias y el papel de las humanidades para incidir en los procesos sociales desde la defensa del procomún. Lafuente y Lara (2017) proponen pensar en el procomún como “expresión local y situada de una capacidad de resiliencia”.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Carpenter, E. y McLuhan, M. (1974). *El aula sin muros. Investigaciones sobre técnicas de comunicación*. Editorial Laia.
- Chase, S. E. (2015). Investigación narrativa. En N. K. Denzin y Y. Lincoln (Coords.). (2015). *Métodos de recolección y análisis de datos. Manual de Investigación Cualitativa Volumen IV*. Gedisa.
- Denzin, N. K. y Lincoln, Y. (Coords.) (2015). *Métodos de recolección y análisis de datos. Manual de Investigación Cualitativa Volumen IV*. Gedisa.
- Edwards, D. (2010). *The Lab: Creativity and Culture*. Cambridge, Harvard University Press.
- Gutiérrez, J.M, Fernández, E., y De la Iglesia, L. (2017). Narrativas transmedia con jóvenes universitarios. Una etnografía digital en la sociedad hiperconectada. *Análisi, Quaderns de Comunicació y Cultura*, 57, 81-95
- Hassan, Z. (2014). *The Social Labs Revolution. A New Approach to Solving our Most Complex Challenges*. Berret-Koehler Publishers.
- Heleta, S. (2016). Academics can change the world if they stop talking only to their peers. *The Conversation*. Consultado el 3/05/2021 en <https://theconversation.com/academics-can-change-the-world-if-they-stop-talking-only-to-their-peers-55713>
- Hine, C. (2004). *Etnografía virtual*. UOC.
- Lafuente, A. y Lara, T. (2013). Aprendizajes situados y prácticas procomunales. *Revista de la Asociación de Sociología de la Educación*, 6 (2) 168-177.
- Pascale, P. (2018). Laboratorios de Innovación Ciudadana: nueva institucionalidad para un futuro sostenible. *Revista Pensamiento Iberoamericano*, 6, 63-72.
- Ruiz, J.M., Alcalá, J.R. (2016). Los cuatro ejes de la cultura participativa actual. De las plataformas virtuales al medialab. *Icono 14*, 95-122
- Salaverría, R. y Sádaba, C. (2013). Comunicación y democracia en el entorno digital. *AdComunica*, 5, 141-174
- Schmidt, S. y Brinks, V. (2017). Open Creative Labs: Spatial Settings at the Intersection of Communities and Organizations. *Creativity and Innovation Management*, 26(3), 291-299.
- Sola Morales, S. (2013). El cuerpo y la corporeidad simbólica como forma de mediación. *Mediaciones sociales*, 12, 42-62.