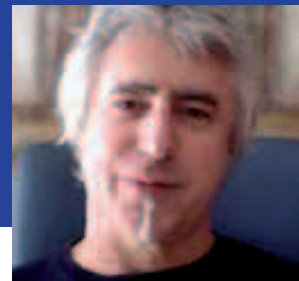


IDENTIDAD DIGITAL E INNOVACIÓN EN LOS CENTROS EDUCATIVOS



FRANCESC LLORENS CERDÀ

Francesc Llorens es profesor de Filosofía e investigador en el eLearn Center de la Universitat Oberta de Catalunya. <http://thehybridthinking.blogspot.com/> · Twitter: @FrancescLlorens

Resumen: En este artículo quiero presentar algunas pautas para el análisis del concepto de identidad digital como eje de las políticas innovadoras de los centros educativos de Educación Secundaria. Intentaré mostrar cómo este concepto se convierte en un eje decisivo para configurar los centros innovadores del futuro y, además, proporcionaré criterios para construir prácticamente entornos digitales que presten soporte a la promoción de la identidad digital.

Abstract: In this article I present some guidelines for the analysis of the concept of digital identity that lies at the heart of innovative policies of schools in Secondary Education. I try to show how this concept becomes a crucial axis to form innovative centres of the future. I will also provide criteria to facilitate building digital environments that support the development of digital identity.

Palabras clave: innovación, identidad digital, centros educativos, ética, e-ciudadanía.

La innovación en los centros educativos. Estructura, producción y difusión

Sin entrar en debate sobre el concepto, y en una concepción laxa, creo que podemos llamar *innovación* a la producción y difusión de prácticas que supongan ventajas, mejoras u oportunidades con respecto al modo en que se concibieron y desempeñaron en el pasado; y ello en cualquier contexto imaginable. La valoración de que sea una “mejora” o una “oportunidad” tiene mucho de subjetivo, cierto, e incluso depende de asunciones previas, que van de lo técnico a lo ideológico. Quiero hablar de los centros

educativos, tomados como instituciones o entornos completos y complejos. Dejo voluntariamente fuera la cuestión de la innovación metodológica del profesorado en el aula, así como la idea de innovación como *actitud intelectual* individual. El artículo asume que estamos reflexionando en el contexto del uso de tecnologías en la innovación, que seguramente no es el único contexto posible.

Se ha dicho que no hay centros innovadores, sino profesoras y profesores innovadores. Creo que hay parte de verdad en ello, porque las instituciones son sistemas inerciales que tienden al conser-

vadurismo, dado que suelen diluir, más que fomentar, las iniciativas creativas y transformadoras de sus miembros. Sin embargo, es verdad que tras las instituciones hay personas, consideradas individualmente o agrupadas en equipos de diferente naturaleza y responsabilidad. Se puede concebir que los centros se inserten, en tanto tales, en filosofías y modelos más o menos innovadores, en función de cómo se construyan las relaciones entre sus partes. Si en un centro lo que hace la mano derecha no lo sabe la izquierda, aquí tenemos las condiciones idóneas para dar al traste con cualquier estrategia efectiva. En todo centro educativo hay profesorado, pero, a la vez, hay agrupaciones distintas de este (equipo directivo, departamentos, comisiones, consejos, grupos de trabajo...). Un miembro individual puede pertenecer, y de hecho casi siempre pertenece, a más de un conjunto. Desde mi punto de vista, del modo en que se considere conectado el conjunto de conjuntos, y de lo efectivo de la conexión, depende en gran parte el potencial innovador de la institución. Por simple corolario lógico, si se quiere que un centro sea innovador se deben fomentar estructuras *administrativas, organizativas y funcionales* que faciliten la innovación, esto es, que respondan a un diseño de prácticas y estrategias abiertas y flexibles decidido por la institución. La dimensión administrativa de un centro público no está en sus manos, la organizativa, relativamente, la funcional, depende. Creo que, independientemente de las diferencias entre las comunidades autónomas del estado español, la cacareada autonomía funcional y pedagógica que recogía la antigua LOGSE como eje del ideario de los centros públicos ha quedado donde nunca dejó de estar: en el agua de borrajas que moja el papel de

los diarios oficiales. Así las cosas, fácil no lo tenemos.

Un centro educativo que pretenda *personalizarse y definirse* a través de la innovación con tecnología debe atender a tres conceptos: la *estructura* que soporta la innovación, la *producción* de prácticas innovadoras y la *difusión* de su actividad. Esta distinción no es solo teórica, pues, además de proporcionar una base para identificar áreas de mejora, puede ayudarnos a reflexionar sobre por qué; como sucede a veces, tenemos bastante de uno de esos conceptos, pero muy poco de los otros.

Identidad digital activa, lejana y próxima

Hablemos brevemente de la identidad digital. Al igual que las personas, las instituciones educativas se enfrentan en el presente a la construcción de su identidad digital. Dicha construcción no es un *hecho*, sino un proceso holístico, duradero, flexible y revisable. No hay mayor enemigo de la identidad, cuando se trata de instituciones, que un rastro muerto, la huella de una presencia inexistente. No hay manera de construir una identidad a partir de una acción individualizada (como un registro en una red social), sino a partir de un trabajo integrado de concienciación y difusión, en el que todos los miembros de una comunidad, desde sus respectivos roles, "tiren" en la misma dirección. La identidad digital se construye a través de producciones, no a través de afirmaciones. Tiene que ver con el activismo, antes que con el discurso. Por eso me gusta la idea de que una *identidad digital* o es *activa*, o no es.

Me parece evidente, por otro lado, que la identidad, en tanto fenómeno *público* que individualiza a un centro en la red, debe tener su fundamento en la *identidad pri-*

vada y en una fuerte convicción acerca de la misma. Y, justamente, es aquí donde deviene inaplazable la construcción de una estructura comunicativa institucional fluida, que permita que los procesos de innovación se transmitan por ella, induciendo elementos de valor añadido en la presencia digital de cada uno de los componentes de la institución. En otras palabras, la *estructura* de la innovación, en nuestro contexto, consiste en primer lugar en prestar un soporte tecnológico para la vertebración efectiva entre el equipo directivo de un centro, el profesorado, los alumnos y alumnas, y las familias. La identidad, la digital también, comienza por el entorno próximo. “Todos” deben saber qué hace “cada uno”, por qué lo hace, y con qué objetivo *común*. Además, no solo necesitamos saber *que* se hacen cosas, necesitamos *hacer* cosas juntos. O trabajamos esta dimensión o construiremos una identidad volátil y espuria, sobre burbujas, a imagen del crecimiento basado en el capital *especulativo*.

Para que la credibilidad de la identidad digital sea duradera y confiable, el reconocimiento del trabajo de un centro educativo a miles de kilómetros y en decenas de sitios web debe fundamentarse en la gestión eficiente y sólida de lo que sucede a 10 kilómetros de él. Si bien ambas se refuerzan, complementan y son percibidas a través de idéntico soporte —la red, potente alisador de distancias—, en la medida en que pueda establecerse conceptualmente la distinción, hay que concluir que la identidad digital *lejana* debe fundarse sobre la identidad digital *cercana*, y no a la inversa.

A mi juicio, la base tecnológica de un entorno comunicativo exige un *framework* fuerte, estable y flexible, no sometido a injerencias administrativas, a la gestión ajena del servidor o a un constante ir y venir de solicitudes de permisos. Es necesario disponer de competencia tecnológica para implementar, sostener y hacer crecer una red interna que preste



soporte a la construcción de la vida digital. Es interesante promover la difusión externa de algunos servicios (su transferencia a la "nube"), pero el eje de la estructura comunicativa debe permanecer en poder de quienes son sus dueños y pueden tomar decisiones sobre su orientación.

La producción de la identidad digital: también una cuestión ética

Un centro educativo debería proporcionar, a través de su/s plataforma/s digital/es diversos tipos de servicios.

En primer lugar, *informativos*, pues cuando acudimos a su portal corporativo lo hacemos casi siempre en busca de datos, como los estudios que imparte, la dirección física del centro, el email de contacto, la localización geográfica, el nombre de un tutor o su horario de atención. Aunque pueda parecer lo contrario, no siempre es fácil encontrar información elemental en el portal de un centro, ni tampoco lo es estructurarla coherentemente. Por ejemplo, en un centro complejo de Educación Secundaria y Formación Profesional puede esperarse que un futuro alumno quiera conocer todos los tipos de estudios, con sus horarios, requisitos de acceso, titulación oficial, salidas profesionales y regulación legal.

Extrapolando este hecho al interior de los departamentos, y al resto de estamentos componentes, deducimos la necesidad de utilizar un *entorno multiusuario descentralizado* a la hora de diseñar la plataforma de soporte. Planificar adecuadamente el *backend* y decidir cómo se administrarán usuarios y permisos es clave para asegurar la coherencia presente y la futura posibilidad de escalar de la misma.

En segundo lugar, identificamos servicios de tipo *interactivo*. Y aquí es donde suelen empezar las dificultades. Más allá del contacto bidireccional a través de correo electrónico o de un formulario, los centros no suelen ofrecer interactividad en línea a las personas que acceden a sus portales. Pero, especialmente en el ámbito documental, existe un sinnúmero de procesos que podrían hacerse virtuales para agilizar su gestión, ahorrar costes, desplazamientos y tiempo. Aunque ello exigía en el pasado programación "dura" a bases de datos, ahora existen soluciones que ni siquiera requieren la intervención de especialistas informáticos. La idea de una intranet para la documentación virtual es una de esas ideas que tuvo su momento y que, aunque implantada de hecho en las grandes corporaciones, permanece por lo general ajena al mundo educativo. Sin embargo, sostengo que un centro que sea capaz de trasladar a la virtualidad la gestión documental y burocrática habrá dado un paso de gigante en el fomento de su identidad cercana. En realidad, ¿qué es el *cloud computing* sino la misma idea, ligada ahora a la realización externa de los servicios?

Un lugar crucial en la conformación de la identidad digital lo ocupan los servicios *comunicativos*. Englobo en este grupo tanto a los servicios orientados a gestionar eficazmente la comunicación interna y externa, como a los que lo hacen para establecer los espacios adecuados dirigidos a compartir lo que se realiza. Recientemente se ha puesto de manifiesto el incremento del papel que juegan las redes privadas en las organizaciones. A imagen de lo que sucede en una red social, los miembros de un colectivo docente pueden encontrar en una red privada un espacio de intercambio formal e informal.

Con apenas esfuerzo pueden configurarse redes semiabiertas orientadas a la colaboración, con gestión de grupos independientes, soporte para *microblogging*, foros y archivos. Análogamente, pueden atenderse necesidades particulares implementando entornos de trabajo colaborativo, con herramientas *open source* de fácil instalación.

Dejo voluntariamente para el final la mención de los servicios que deberían constituir el eje de las estrategias que los centros diseñan para fortalecer su identidad digital. Me refiero a los servicios *participativos*. La imagen corporativa no se transmite solo a través de un web-escaparate informativo. En el contexto tecnológico actual, esa imagen depende sobre todo de lo que los miembros de la comunidad “hacen”, y del grado de compromiso que son capaces de adquirir en tanto colectivo. La participación en un centro a través de sus espacios digitales pasa por la posibilidad de ofertar medios imaginativos para escuchar, recoger, publicar, vehicular, debatir y gestionar ideas y experiencias. Los medios participativos van desde la promoción de una revista digital colaborativa hasta la habilitación, mediante cuentas, de alumnos y familias para intervenir en los debates y decisiones que les atañen. Si algún poder tienen los *media* digitales es el de acercar a las pequeñas comunidades el concepto de democracia directa. *Polls*, encuestas basadas en formularios, espacios abiertos de debate, publicidad de acuerdos, pueden ser orientados de forma creativa hacia el fortalecimiento de los niveles de democracia y compromiso en la institución educativa.

La identidad digital debe construirse cimentando a su vez una ética de la parti-

cipación en las instituciones. No hay razón para no hacerlo ya desde las edades escolares. Por eso merecería un capítulo aparte la cuestión de la *e-ciudadanía*. Los entornos digitales promueven *valores*, igual a lo que, se supone, hacen sus equivalentes físicos. Ya en su propio diseño deben resultar ejemplarizantes. La accesibilidad exigida a un centro físico tiene su correlato en el espacio virtual, en forma de estándares de accesibilidad e “interoperabilidad”. Del mismo modo, el carácter *público* de la educación tiene su correlato en un modelo de licencias y contenidos *abiertos*, del tipo *commons-left*. No se me ocurre una razón por la cual las producciones en el seno de una comunidad educativa pagada con dinero público deban ser privadas o estar protegidas por patentes y derechos de propiedad. Fomentar valores y filosofías de trabajo, interacción o solidaridad en entornos digitales es fomentar una actitud hacia los mismos valores en la vida cotidiana.

La difusión de la identidad: presencia y vida digital

Los centros educativos del futuro entenderán la profunda ligazón entre la vida física y la digital, y se significarán aquellos que promuevan estrategias que conduzcan a vertebrar ambas dimensiones en un único espacio y en una única percepción. No creo que se pueda obviar ya el hecho de que nuestra preocupación por la imagen física y la identidad cercana no es más que el comienzo de un *continuum* que conlleva la integración final con el universo digital.

Así pues, la difusión de esa identidad exige el diseño concienzudo de la presencia e intervención de la institución en la red, por el establecimiento de lazos con otras instituciones y por la implicación en

proyectos virtuales colaborativos. En definitiva, por *vivir* o residir también digitalmente. Básicamente, un centro debe ser capaz de aportar valor a la red, para lo cual primero debe entenderla, y dominar los mecanismos de creación y transmisión de conocimiento a través suyo.

La amplificación de la identidad en la red tomará en el futuro inmediato tres formas, que considero embrionarias aún, en relación con el despliegue de todas sus posibilidades:

En primer lugar, la construcción de una “marca” en las *redes sociales*, especialmente las que promueven el crecimiento profesional y valores de intercambio igualitario de conocimiento. Debe haber uno o más responsables del afianzamiento y la solvencia del avatar, que debería transmitir de forma integrada tanto el conocimiento generado por el trabajo de la institución, cuanto los valores que esta defiende.

En segundo lugar, la construcción paulatina de una *red personal de aprendizaje* (PLN). A imagen de lo que sucede con los individuos, que integran la dimensión personal de su aprendizaje en un entorno social más amplio, las instituciones deben involucrarse y promover la colaboración entre iguales, tendiendo a la configuración de *peer-networks*.

Por último, los centros habrán de potenciar su imagen a través del desarrollo de *estructuras digitales propias*, investigando nuevos modos de emitir el conocimiento, participando en proyectos de aprendizaje y en experiencias a distancia con otros centros. Crear un soporte permanente para la difusión mediante *streaming* de actos y/o

reuniones, permitir retroacción mediante técnicas de *backchanneling*, avanzar en experiencias piloto de intervención sincrónica y a distancia de alumnos y familias, pueden ser los hitos de un camino —el de *personalizar* y diferenciarnos a través de la innovación—, que no ha hecho más que comenzar.

Conclusión

Creo que, desde el punto de vista institucional, la *innovación* educativa está hoy fuertemente ligada a los conceptos de presencia e *identidad digital activa*, esto es, a la creación de redes y subredes de comunicación, colaboración y participación de los componentes de una comunidad escolar. A su vez, la identidad digital, a semejanza de la que se postula a nivel individual, tiene que ver con la afirmación de una personalidad creativa en la red, pero, a diferencia suya, implica también una percepción vanguardista de la institución por parte de la comunidad próxima (familias, entorno social...). Nada de esto puede lograrse sin un compromiso que es, en primera instancia, ético. La identidad digital no tiene nada que ver con la creación de figuras aisladas que son testimoniales (los coordinadores TIC, por ejemplo) sino con la integración de la innovación en el propio sistema, como una dimensión más. Los conceptos de “gestor de comunidades” (*community manager*), SAS (*social analysis system*), así como los métodos de análisis de redes sociales (*social network analysis*) pueden resultar inspiradores a la hora de idear políticas de gestión de la innovación, dado que, con seguridad, el cambio puede anticiparse y producirse. Es necesario ahondar en esta perspectiva, como lo es demandar autonomía para que los centros decidan cómo quieren abordar la gestión de su propia innovación.

Referencias

- AulaLibre (2010). "Una propuesta para los centros educativos en la sociedad digital: comunidades educativas digitales". [Extraído el 26/01/11 de <http://aulalibremrp.org/una-propuesta-para-los-centros>]
- CyberCorresponsales (2010). "Identidad digital. ¿Quién quieres ser en internet?" [Extraído el 26/01/11 de [http://www.cibercorresponsales.org/pages/identidad-digital-quien-quiere-ser-en-internet](http://www.cibercorresponsales.org/pages/identidad-digital-quien-quieres-ser-en-internet)]
- DeHaro, J.J. (2009). "La identidad digital de los centros educativos". [Extraído el 25/01/11 de <http://jjdeharo.blogspot.com/2009/05/la-identidad-digital-de-los-centros.html>]
- DeHaro, J.J. (2009). "La identidad digital de los menores". [Extraído el 25/01/11 de <http://jjdeharo.blogspot.com/2009/06/la-identidad-digital-en-los-menores.html>]
- Global Education Forum. (2010). "Educar en la creación y gestión de la identidad digital de los menores". [Extraído el 25/01/11 de <http://www.globaleducationforum.org/educar-en-la-creacion-y-gestion-de-la-identidad-digital-de-los-menores/>]
- Goode, Joana. (2010) "The digital identity divide: how technology knowledge impacts college students". *New Media & Society*. Vol.12, 497-513.
- Gutiérrez, I. y Castañeda, L. (2010). "Propuestas prácticas en torno a la identidad digital de los adolescentes y su formación en el contexto de las redes sociales". En *Actas del Congreso EDUTEC 2010 Elearning 2.0: enseñar y aprender en la Sociedad del Conocimiento*.
- Lara, Tíscar (2009). "El papel de la Universidad en la construcción de su identidad digital". En: "*Cultura digital y prácticas creativas en educación*" [monográfico en línea]. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC)*. Vol. 6, n.º 1. UOC.
- Meyer, E. (Ed.) (2009). Monográfico: "Electronic Portfolios and Digital Identity". *Canadian Journal on Learning and Technology*. Vol. 34 (3).
- Philip, Donald N. (2010). "Social Network Analysis to Examine Interaction Patterns in Knowledge Building Communities". *Canadian Journal of Learning and Technology*. Vol. 36 (1).
- SAS2.(2010). "Social Analysis Systems". [Extraído el 27/01/11 de <http://www.sas2.net/>]
- The eCitizenship Project. (2010). University of Alaska Anchorage. [Extraído el 28/01/11 de <http://www.uaa.alaska.edu/engage/e-cit.cfm>]