



Diseño de una estrategia de dinamización desde la perspectiva del community manager: el caso de XarFEd

Design of a dynamisation strategy from the perspective of
Community Manager: the case of XarFEd

Eje temático: Competencias claves para el siglo XXI

Barbara de Benito Crosetti

barbara.debenito@uib.es

Antonia Darder Mesquida

antonia.darder@uib.es

Alexandra Lizana Carrió

alexandra.lizana@uib.es

Juan Moreno García

juan.moreno@uib.es

Universitat de les Illes Balears, España

Resumen

En el curso 2013-2014 se empezó a diseñar XarFEd, una comunidad virtual dirigida a alumnos y exalumnos de los estudios que se imparten en la Facultad de Educación de la Universitat de les Illes Balears. Se trataba de proporcionar un espacio de comunicación y participación, integrando la vertiente formal e informal entre los miembros de dicha Facultad.

Para que una comunidad virtual joven se convierta en una comunidad madura es necesario desarrollar algún tipo de estrategia de dinamización que ayude a hacer crecer la comunidad. Por ello, en los primeros momentos de creación de una comunidad virtual el papel del dinamizador se convierte en un elemento crucial para el éxito de ésta.

En este trabajo se presenta un proyecto piloto realizado durante el segundo semestre del curso 2014-2015 y en el que se ha diseñado una estrategia de dinamización teniendo en cuenta dos premisas básicas: los alumnos

dinamizadores como centro de la estrategia de dinamización y el concepto del Community Manager como curador de contenidos cuya función principal es la de localizar, seleccionar, evaluar y compartir conocimiento.

Los resultados del estudio han permitido identificar y reflexionar sobre algunos elementos que ayudan a definir el perfil y el rol del alumno como dinamizador de una comunidad virtual.

Abstract

Throughout the 2013-14 academic year it began the design of XarFEd, a virtual community aimed at students and alumni of the Faculty of Education at the University of the Balearic Islands (Spain). The goal was to provide a virtual environment to foster communication and participation, integrating both, formal and informal perspectives among the faculty members.

For a young virtual community to become a mature one it is necessary to develop a strategy that helps the community to grow. Thus, at the first stages of the virtual community development, the role of the moderator becomes crucial.

This paper describes a pilot project that took place during the second semester of 2014-15 academic year, whereby a strategy to stimulate participation was designed taking into account two basic premises: on the one hand, the students acting as moderators are the cornerstone of the dynamisation strategy. On the other hand, the concept of Community Manager as a content curator whose main function is to locate, select, assess and share knowledge becomes paramount

The results of this study allow to identify and reflect on some elements that help to define the student's profile and their role as moderators of a virtual community.

Palabras clave: dinamización, comunidad virtual, community manager, ciclo de curación, estrategias de dinamización

Keywords: moderator, virtual community, community manager, curation cycle, dynamisation strategies

1.- Introducción

La generalización de Internet en 1995 cambió significativamente la forma en que la sociedad interactúa a todos los niveles, este cambio ha posibilitado la creación de redes telemáticas que facilitan la creación de nuevos espacios de interacción social y ha revolucionado la forma de comunicarnos, de acceder a la información, de compartirla... generando nuevos roles en los espacios y comunidades virtuales, como es el caso del Community Manager.

Considerando la figura del dinamizador como aquella que motiva para la participación, orienta a los usuarios de la comunidad, facilita el intercambio y la comunicación, etc y las funciones que desarrolla el Community Manager (gestionar el conocimiento de una comunidad, moderar y dinamizar comunidades, etc.) este estudio propone considerar la figura del dinamizador de una comunidad virtual desde la perspectiva del Community Manager, asumiendo las competencias de ambas figuras e integrando las funciones diferenciadas de estas en un mismo perfil a través de la propuesta de una estrategia de dinamización. En ésta, se identifican los elementos que definen dicho rol y se tiene en cuenta la curación de contenidos como parte importante de la estrategia definida. Todo ello se ha llevado a cabo a través de una comunidad virtual concreta, XarFED (Xarxa de la Facultat d'Educació) de la Universitat de les Illes Balears.

2. Marco teórico

Existen diferentes tipos de comunidades virtuales y diferentes formas de clasificarlas, pero en el contexto que nos ocupa, adquieren especial relevancia las posibilidades de las comunidades de aprendizaje y las comunidades de prácticas, en las cuales se enfatiza el aprendizaje social, producido mediante la participación y creación de contenido en la comunidad (Wenger, 2010). Por una parte las comunidades de aprendizaje creadas principalmente para que sus miembros desarrollen procesos de aprendizaje asociados a programas de formación específicos, y en las cuales los usuarios colaboran para lograr dichos aprendizajes (Salinas, 2003; Cabero y Llorente, 2010). Y por otra parte, las comunidades de práctica que se generan a partir de la asociación de personas que comparten un interés y motivación por desarrollarse y aprender sobre un

determinado campo de conocimiento, generalmente enfocado a la mejora de la práctica profesional (Wenger, 2010; 2015).

Cualquiera de estos tipos de comunidad virtual, en su sentido más amplio, “está formada por personas que comparten características o intereses comunes, que participan y se implican en actividades conjuntas y que pueden tener en común, aunque no necesariamente, un objetivo específico” (Coll, Bustos & Engel, 2007, p. 89).

Uno de los roles imprescindibles para el buen funcionamiento de una comunidad es el dinamizador (Wenger et al., 2002). En este caso, se propone la figura del dinamizador como la del community manager, en tanto persona encargada de gestionar, construir y moderar comunidades en torno a una marca en Internet (Falla, 2010); es el agente conector de la gestión del conocimiento en la comunidad y en la organización que se encarga de hacer fluir el conocimiento (Salmon, 2004); en definitiva, se trata del dinamizador de una comunidad de usuarios en Internet que se organizan alrededor de unos medios (herramientas) para conformar una red social entre ellas (Beltran, 2013).

Se refleja pues la relación directa entre dinamizador y Community Manager incluyendo la vertiente social de dinamizar, que trata de facilitar, orientar, motivar, animar a los participantes con el fin de desarrollar acciones para la interacción entre usuarios y usuario-comunidad (Ladino, 2009; Marañón, Bauzá & Bello, 2006). También se incluye en sus funciones el seguimiento de la participación de los usuarios de la comunidad virtual así como buscar y compartir recursos, eventos, noticias, reseñas, ..., es decir, curación de contenidos la cual viene determinada en gran medida por lo que se denomina como ciclo de curación (Higgins, 2008).

En este sentido, de Benito, Darder, Lizana, Marín, Moreno y Salinas (2013) plantean una propuesta de ciclo de curación a partir del modelo que proporciona Higgins (2008) (figura 1):

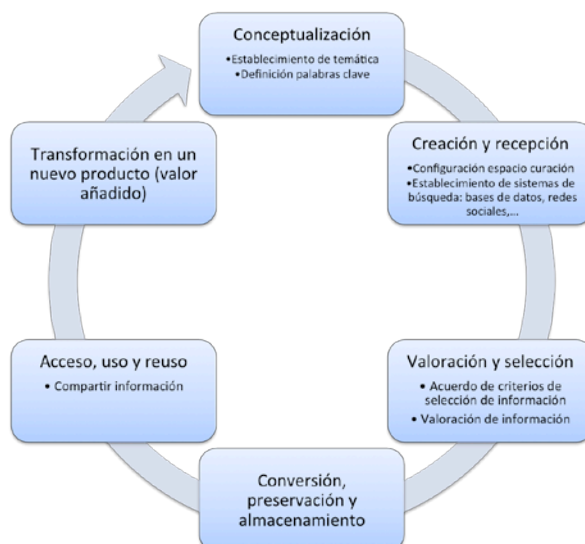


Figura 1. Adaptación del ciclo de curación de Higgins por de Benito et. al (2013)

La conjunción de la estrategia de curación a través del ciclo de curación, junto con las técnicas de dinamización conforman la propuesta para la dinamización de la comunidad virtual XarFED.

3. Diseño de la investigación

3.1. Contexto

El estudio se ha realizado en la Comunidad Virtual de la Facultad de Educación de la UIB (XarFEd) (<http://aisci11.uib.es/xarfed/>), un entorno web abierto y público para personas vinculadas a la Facultad.

XarFEd se encuentra entre una comunidad de práctica y una comunidad de aprendizaje según la clasificación de Henri y Pudelko (2003) y vinculada a las redes sociales Facebook y Twitter.

Dadas las características de la comunidad, en la que se pretende que sea una plataforma para los alumnos, para que puedan comunicarse, intercambiar información y, a la larga, generar conocimiento, como si de una comunidad de práctica se tratase, la estrategia de dinamización está centrada, principalmente, en los alumnos. Sin embargo, en este tipo de comunidades donde existe un gran componente de tipo académico consideramos que se requieren diferentes perfiles de dinamizadores: gestor del entorno, docentes, coordinador de dinamizadores y alumnos dinamizadores.

3.2. Descripción de la estrategia de dinamización por parte de los alumnos dinamizadores.

El proceso de dinamización se ha realizado en diferentes fases:

1. Reclutamiento de dinamizadores entre los alumnos de los diferentes cursos y estudios de la facultad de educación.
2. Elección y división de temas a dinamizar. Los dinamizadores, de forma voluntaria, fueron escogiendo temáticas sobre la que centrar la dinamización (cultura y TIC, atención a la diversidad, ...)
3. Formación de alumnos dinamizadores. Se realizó una sesión formativa a los alumnos con la finalidad de dar a conocer la importancia del rol de dinamizador y sus funciones; dotar de estrategias y herramientas para realizar la curación de los contenidos; y aclarar dudas sobre el funcionamiento técnico de la plataforma.
4. Apoyo a la dinamización. Se estableció un coordinador, encargado de acompañar en las labores de Community Manager a los diferentes dinamizadores, entre sus funciones se incluían: coordinar, hacer el seguimiento y dinamizar a los dinamizadores, incitar y motivar a la participación de los dinamizadores,)

3.3. Metodología

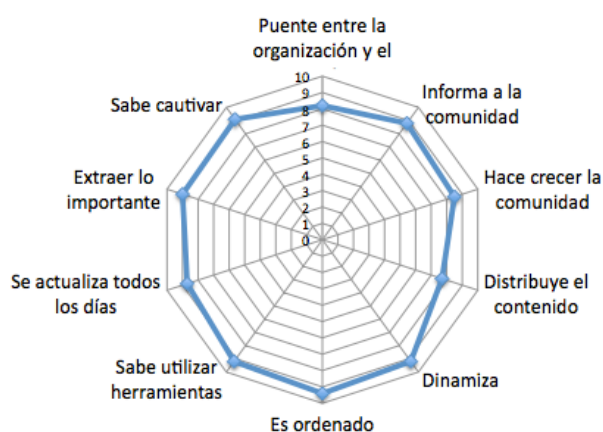
El estudio se ha realizado a partir de una metodología descriptiva de un caso concreto. El tratamiento de los datos se ha llevado a cabo desde un enfoque metodológico mixto (cualitativo y cuantitativo), por una parte a partir de los datos y estadísticas sobre el contenido proporcionadas por las plataforma de XarFEd, Facebook y Twitter, y por otra parte, a través de los instrumentos de análisis diseñados para este estudio: la entrevista y la observación.

Este proyecto piloto se realizó durante el segundo semestre del curso 2014-15. Inicialmente se empezó la experiencia con 19 alumnos dinamizadores, aunque solo 14 desarrollaron su función. Una vez finalizado el semestre se procedió a la recogida de datos y su posterior análisis. De los 14 dinamizadores sólo accedieron a realizar la entrevista 7 personas. El proceso de codificación y análisis de las entrevistas se ha llevado a cabo a través del software Atlas.ti,

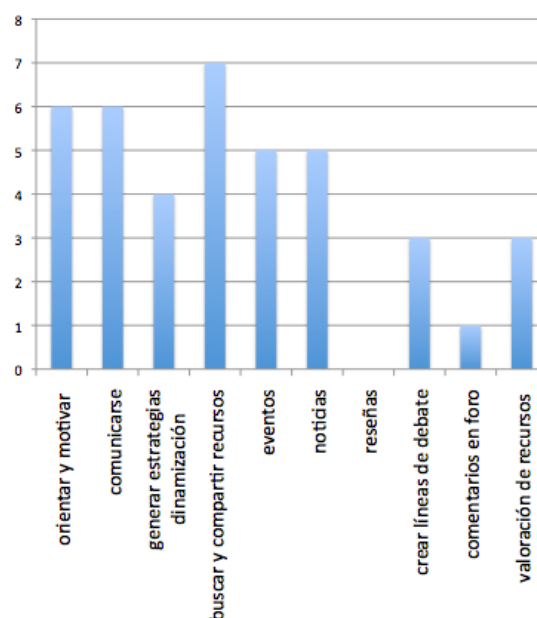
3. Resultados

Los resultados que se exponen en este apartado hacen referencia al perfil del dinamizador y al proceso de dinamización llevado a cabo por los dinamizadores.

De entre las funciones que puede cumplir un dinamizador se solicitó a los dinamizadores entrevistados que valoraran de 0 a 10 la importancia que otorgan a cada una de ellas. En la gráfica 1 se observa que todas las funciones son consideradas importantes, especialmente: ser ordenado, dinamizar, saber utilizar herramientas, saber cautivar y ser capaz de extraer lo importante. Es destacable el hecho de que la función a la que le han dado menor importancia es la distribución de contenido, siendo ésta la que han realizado en mayor medida, tal y como puede observarse en la gráfica 2.

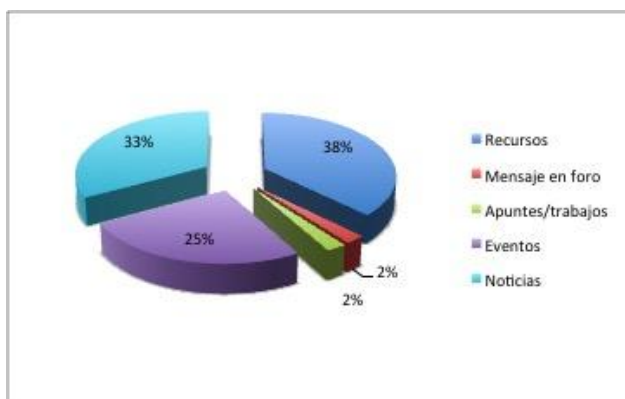


Gráfica 1. Valoración sobre la importancia que otorgan los dinamizadores a diferentes funciones del dinamizador.

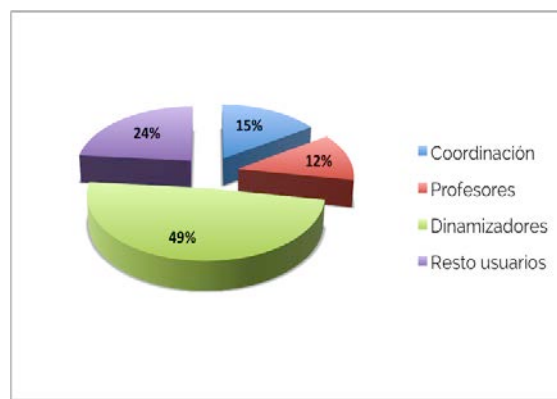


Gráfica 2. Funciones realizadas por los dinamizadores en la experiencia

Al analizar el tipo de participación realizada por los dinamizadores, tal como puede apreciarse en la gráfica 3, ésta se ha centrado fundamentalmente en compartir recursos (38%), seguido de la comunicación de noticias (33%) y eventos (25%). Si se tiene en cuenta el perfil de las personas que han publicado en la comunidad, tal como puede observarse en la gráfica 4, los dinamizadores son los que más contenido han generado (49%)

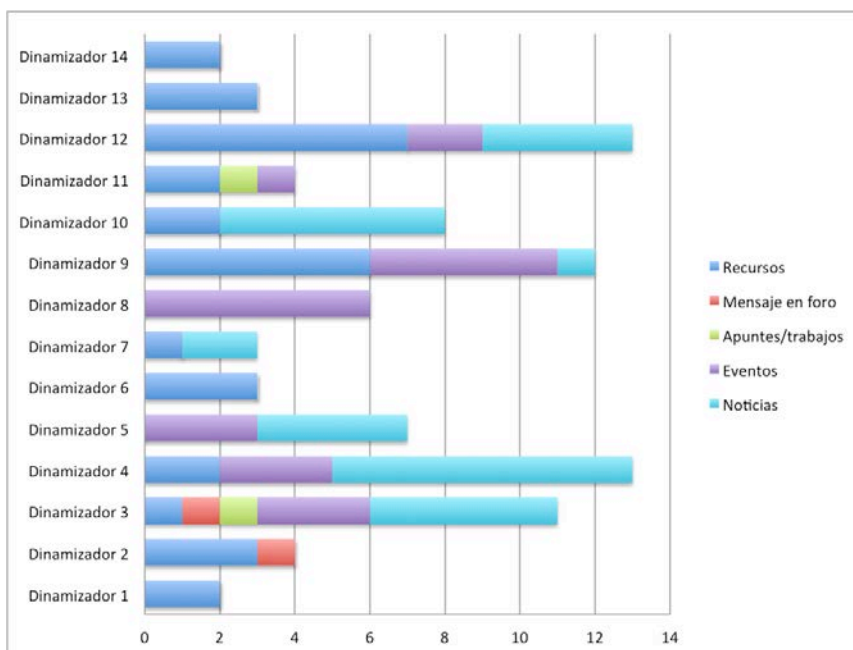


Gráfica 3. Tipo de contenido compartido por los dinamizadores en XarFed.



Gráfica 4. Contenido aportado según el rol del usuario

Del contenido aportado por los dinamizadores, en la gráfica 5 se observa que todos, excepto dos, han compartido algún tipo de recurso y sólo dos dinamizadores han enviado algún mensaje al foro de debate o han compartido apuntes.



Gráfica 5. Tipo de contenido aportado por cada dinamizador

4. Conclusiones

Aunque somos conscientes de que se trata de un estudio de carácter exploratorio, debido al corto periodo de tiempo en el que se realizó, con el análisis de los datos recogidos a través de las entrevistas, la observación de la actividad en la comunidad virtual y la propuesta de estrategia de dinamización, se ha podido realizar una primera aproximación a la identificación de los

elementos que definen el rol de los dinamizadores en las comunidades de aprendizaje/práctica desde la perspectiva del Community Manager.

XarFEd se configura como un espacio donde alumnos, profesores y egresados pueden compartir información, tanto de ámbito formal como informal, con otros miembros de la comunidad educativa. Así lo demuestran las entrevistas realizadas a los alumnos-dinamizadores en las que han manifestado el potencial que presenta la comunidad.

En cuanto a la estrategia de dinamización desarrollada los resultados muestran que esta parece adecuada, destacando que la presencia de alumnos dinamizadores y la figura del dinamizador en una comunidad puede ser efectiva y necesaria para fomentar la participación de sus miembros y hacerla crecer. Esta participación puede tener un carácter social pero también académico.

Por lo que se refiere a la figura del Community Manager como curador de contenidos, el ciclo de curación permite sistematizar el proceso de dinamización en relación con la localización, selección, valoración y distribución de recursos.

Referencias bibliográficas

- Beltran, G. (2013) El perfil profesional del community manager. Recuperado de <http://gersonbeltran.com/wp-content/uploads/2013/11/Introducci%C3%B3n-al-mundo-de-las-redes-sociales-en-Internet.pdf>
- Cabero, J. y Llorente, M.C. (2010). Comunidades virtuales para el aprendizaje. *EduTec. Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, 34. Recuperado de <http://www.edutec.es/revista/index.php/edutec-e/article/view/419>
- Coll, C., Bustos, A., & Engel, A. (2007). Configuración y evolución de la comunidad virtual MIPE/DIPE: retos y dificultades. *Revista Electrónica Teoría de La Educación Y Cultura En La Sociedad de La Información*, 8(3), 86–104. Retrieved from http://campus.usal.es/~teoriaeducacion/rev_numero_08_03/n8_03_coll_bustos_engel.pdf
- De Benito, B., Darder A., Lizana A., Marín V. I., Moreno J., & Salinas J. (2013). Agregación, filtrado y curación para la actualización docente. *Píxel-Bit. Revista de Medios y Educación*. 157-169.

- Falla, S. (2010). ¿Qué es un Community Manager?. maestrosdelweb . Recuperado de <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/que-es-un-community-manager/>
- Henri, F. y Pudelko, B. (2003). Understanding and analysing activity and learning in virtual communities. *Journal of Computer Assisted Learning*, 19(4), 474–487. DOI:10.1046/j.0266-4909.2003.00051.x
- Higgins, S. (2008). The DCC Curation Lifecycle Model. The International Journal of Digital Curation, 1 (3). Recuperado de <http://www.ijdc.net/index.php/ijdc/article/view/69>
- Ladino, D. (2009). Estrategias de dinamización para comunidades virtuales de práctica. In *Segundo Congreso Virtual Iberoamericano de Calidad en Educación a Distancia*. (p. 15). 21 de octubre - 1 de noviembre. Retrieved from <http://es.slideshare.net/daesuke/ponencia-estrategias-de-dinamizacin-para-comunidades-virtuales-de-prctica>
- Marañón, E., Bauzá, E., & Bello, A. (2006). La comunicación interna como proceso dinamizador para fomentar valores institucionales y sustento de una identidad universitaria - Dialnet. *Revista Iberoamericana de Educación*, 40(5), 1–9. Retrieved from <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2149402&info=resumen&idioma=SPA>
- Salinas, J. (2003). Comunidades virtuales y aprendizaje digital. In *VI Congreso Internacional de Tecnología Educativa y NNTT aplicadas a la educación: Gestión de las TIC en los diferentes ámbitos educativos* (Vol. 54, pp. 1–21). Universidad de Venezuela: EDUTEC. Recuperado de <http://gte.uib.es/pape/gte/sites/gte.uib.es/pape/gte/files/Comunidades%20Virtuales%20y%20Aprendizaje%20Digital.pdf>
- Salmon, G. (2004). *E-moderating: the key to teaching and learning online* (2nd ed.). New York: Taylor & Francis, Inc.
- Wenger, E. (2010). Communities of practice and social learning systems: the career of a concept. In *Social learning systems and communities of practice* (pp. 179-198). London: Springer.
- Wenger, E. (2015). *Communities of practice: a brief introduction*. Recuperado de <http://wenger-trayner.com/introduction-to-communities-of-practice/>
- Wenger, E., McDermott, R. y Snyder, W. (2002). *Cultivating communities of practice: A guide to managing knowledge*. Boston: Harvard Business Press.