

PISCOLABIS: UN ESPACIO PARA GENERAR SINERGIAS ENTRE LA SOCIEDAD DIGITAL Y LA FÍSICA



Marta Albertini Ríos es graduada en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid. En la actualidad trabaja como consultora de comunicación de crisis y comunicación corporativa. Ha colaborado con organizaciones nacionales e internacionales de distintos sectores en los ámbitos del marketing digital y la comunicación. Es cofundadora de *piscolabis*, iniciativa que le ha permitido adquirir experiencia en la gestión cultural.



Adriana Hurtado Jarandilla es graduada en Derecho y Administración y Dirección de Empresas especializada en gestión del patrimonio cultural. Actualmente, compagina los estudios de Doctorado en Humanidades de la Universidad Carlos III de Madrid con actividades profesionales relacionadas con gestión cultural, documentación y digitalización de procesos. Sus líneas de investigación se enfocan en la relación de los museos con la cultura digital y en la transformación digital de estas instituciones. Es cofundadora de la iniciativa *piscolabis*.

Múltiples son las transformaciones culturales que ha traído consigo la revolución digital, así como innumerables son los beneficios que tales cambios aportan a la sociedad. Entre este abanico de ventajas, si hay algo que nos resulta especialmente interesante es cómo la cultura digital tan ampliamente implantada en la actualidad ha llevado a los ciudadanos a emprender prácticas basadas en la colaboración y la participación. En efecto, en el entorno digital la tónica general es compartir: artículos de prensa, cuadros, vídeos, canciones, recursos, proyectos. Bien a través de páginas web, bien mediante plataformas sociales. Se comparte, además, porque se espera encontrar a un interlocutor, a alguien cuyos intereses vayan alineados a los nuestros. Los especialistas se refieren a este fenómeno, a esta manera abierta de vivir nuestras relaciones e inquietudes, con el término de *sharism*. ¿Pero acaso este concepto es exclusivo del medio digital?

Isaac Mao, empresario y blogger chino amén de desarrollador del *sharism*, en su ensayo *Sharismo: A Mind Revolution*¹ localiza el origen de este movimiento en el mismo genoma humano; concretamente, en la neurociencia. Y es que la red neuronal es un sistema eminentemente abierto en el que la información es transmitida y compartida por todas las neuronas. Es decir que compartir, antes que una tendencia digital, es una práctica que va implícita a la propia naturaleza humana; las herramientas digitales lo único que habrían hecho, pues, es

fomentar este espíritu de colaboración al ofrecernos los mecanismos para la eliminación de fronteras y la participación colectiva.

Desconociendo la reflexión de Mao -que llegó más tarde, en la búsqueda de una fundamentación teórica- pero movidas por la intuición de que en la sociedad en red y en la colaboración digital subyace un interés genuinamente humano por la generación de lazos que podía y debía replicarse en el entorno 1.0, en la cotidianidad de la gente joven, un día

¹ Isaac Mao, *Sharims: A Mind Revolution*, acceso 14 octubre 2018, <https://freesouls.cc/essays/07-isaac-mao-sharism.html>

Las ponentes de Equipo MICO durante el encuentro Hábitats, centrado en urbanismo y proyectos de transformación colectiva del territorio.



nos planteamos si sería posible crear un espacio destinado a tal empresa. Y, de esta forma, nació *piscolabis*.

¿Qué es *piscolabis*?

piscolabis es una iniciativa cultural que surge en la primavera de 2017 y que busca constituirse como una plataforma multidisciplinar de encuentro y debate entre jóvenes que deseen compartir sus experiencias, proyectos y conocimientos. Como a nosotras nos gusta decir, *piscolabis* es un espacio para la construcción de puentes.

Nuestros objetivos son:

- Otorgar visibilidad a aquellos jóvenes que desearían exponer sus ideas, proyectos e inquietudes ante un público pero que, sin embargo, desconocen el lugar idóneo para ello.
- Generar vínculos que puedan resultar fructíferos para los participantes.

- Fomentar la conversación, la colaboración y la retroactividad entre jóvenes sobre temas de interés generacional.
- Impulsar el ocio constructivo, el pensamiento y debate en un ambiente distendido.
- Potenciar las habilidades comunicativas frente a personas en un momento en que toda difusión parece dirigida hacia las audiencias virtuales.

Para ello, proponemos sesiones temáticas en el centro de Madrid², con periodicidad mensual. Los encuentros se estructuran de la siguiente manera:

- Una primera sección en la que los ponentes exponen sus presentaciones y los asistentes les plantean preguntas, lo que genera conversación y debate.
- En la segunda parte, se ofrece un *piscolabis* amenizado con música para fomentar la creación de nuevas redes colaborativas en

2. La primera temporada la llevamos a cabo en LA CAUSA GALERÍA, en Malasaña, y la segunda temporada se realizará en el espacio de coworking de la productora audiovisual Lekanto, junto al Paseo de las Delicias.

un ambiente distendido. De esta forma, rompemos con el reparo de la dicotomía ponente-público que caracteriza a otros encuentros.

piscolabis es un proyecto multidisciplinar en cuanto a temática, dado que bajo su paraguas cualquier materia tiene cabida. A lo largo de 2018, hemos organizado cuatro sesiones: sobre el sector audiovisual, sobre diseño, sobre feminismo y sobre comunicación y periodismo. Y para la nueva temporada continuaremos explorando otras materias, desde el urbanismo y la transformación colectiva de los territorios hasta la gastronomía, el arte y el medio ambiente.

Lo digital como base de lo físico

Aunque *piscolabis* es una iniciativa fundamentalmente física en el sentido de que propone la organización de encuentros presenciales, sus cimientos son digitales. Así, lo que buscamos es exportar las prácticas del entorno digital al mundo 1.0. Nuestra idea no es sino trasladar a la vida física la cultura de la colaboración y la tendencia a compartir tan ampliamente instaurada y difundida en la experiencia digital. Para ello, nuestro objetivo es servirnos de las herramientas digitales.

// SI SABEMOS A QUIÉNES NOS DIRIGIMOS, ESTAREMOS EN MEJORES CONDICIONES PARA ACERTAR CUÁLES SON SUS INTERESES EFECTIVOS //

La primera forma en que tratamos de que esto suceda es el modo en que llamamos a las personas a participar: mediante *call for papers* que publicamos en web y redes sociales (concretamente, en Facebook, Instagram y LinkedIn, que son las plataformas en las que tenemos perfil). De esta manera, tratamos de facilitar que cualquiera que descubra nuestra iniciativa y tenga algo que decir en la

temática de la sesión que estemos organizando pueda participar de forma activa.

Asimismo, deseamos ser una plataforma abierta y todo lo horizontal posible, motivo por el cual instamos a todo el que nos conozca -y le interese- a proponernos una temática para nuestros encuentros a través de un formulario en la web o del correo electrónico.

La asistencia a nuestros eventos es completamente gratuita pero, para regular la asistencia, llevamos a cabo un sistema de inscripciones en línea (mediante Google Form) que, al mismo tiempo, nos permite conocer a nuestros usuarios ya que les preguntamos por su nombre, su correo electrónico y su ocupación. Tan sólo las dos primeras cuestiones se configuran como obligatorias, mientras que la tercera, la relativa a la profesión o actividad de los asistentes, es una pregunta voluntaria que, en caso de que nos respondan, nos es de gran utilidad para saber a qué tipo de público nos dirigimos y presuponer la naturaleza de los vínculos que potencialmente se generarían en el encuentro. También es un elemento útil para enfocar la comunicación del evento en las redes: si sabemos a quiénes nos dirigimos, estaremos en mejores condiciones para acertar cuáles son sus intereses efectivos.

El formulario es, además, la ocasión para suscribirse a nuestra lista de distribución o *newsletter*, pues habilitamos una casilla al efecto. Cabe decir que, en caso de que seleccionen tal casilla y consientan explícitamente en darnos sus datos, el tratamiento que llevamos a cabo de los mismos cumple con lo previsto en la normativa vigente de protección de datos, motivo por el cual añadimos el correspondiente pie legal al formulario. La suscripción a la *newsletter* también se puede llevar a cabo

desde nuestra página web, es decir, con independencia de que se haya asistido o no a algún *piscolabis*.

Pero, entre todas las estrategias digitales que exponemos aquí y que nos resultan indispensables, las más destacables son los cuestionarios en línea. Desde nuestra génesis, nuestro pensamiento rector ha sido la construcción de un espacio horizontal y participativo. Nuestra idea no era crear un lugar en el que ver realizados nuestros intereses personales, sino que la iniciativa diera respuesta a las necesidades reales de los jóvenes, que *piscolabis* se configurara como un foro en el que todo el que quisiera hablar pudiera hacerlo. Por este motivo, en la fase previa de planificación y diseño del proyecto, realizamos una encuesta a través de Google Form para que determinados grupos de opinión nos dieran un *feedback*. En especial, les pedimos que evaluaran la página web que habíamos creado para, de esa manera, poder conocer si nuestra propuesta estaba clara, si

debíamos añadir algo y cuáles eran los principales puntos atractivos de nuestra iniciativa para los evaluadores. También aprovechamos la ocasión para hacer un mapeo de los temas de interés generacional y preguntarles si participaban de alguna plataforma en línea o presencial similar a *piscolabis*. Las respuestas que nos dieron los encuestados nos permitieron terminar de esculpir nuestra iniciativa antes de lanzarla y hacerla pública.


Asimismo, una vez finalizada la primera temporada, en junio de 2018, efectuamos una segunda encuesta, también a través de Google Form, que publicitamos en nuestras redes sociales y página web y, al mismo tiempo, distribuimos a través de una *newsletter* entre nuestros suscriptores. El objetivo, en ese momento, era mejorar el proyecto de forma colectiva, es decir, que nuestros usuarios tomaran un papel activo en la evolución del formato; simultáneamente, deseábamos que esa encuesta nos aportara datos más certeros sobre nuestro público, los cuales nos permitieran definir con más precisión las características de nuestros usuarios. En consonancia, les preguntamos sobre los siguientes extremos: edad, cómo nos habían conocido, qué era lo que más les había gustado de *piscolabis*, qué áreas de mejora veían a nuestra iniciativa y qué temáticas les interesaban. Los resultados de esta investigación, sumados al aprendizaje que nos ha dado la experiencia (las sesiones de la primera temporada), nos ofrecieron herramientas muy valiosas a la hora de planificar nuestra segunda temporada, cuyo arranque se ha producido en el otoño de 2018.

Vemos, consecuentemente, que *piscolabis* es la superposición de los espacios físicos y digitales, un ejemplo de cómo la tecnología facilita la cultura y la colaboración teniendo como base un encuentro

Captura de pantalla de la encuesta realizada tras la segunda temporada.

ayúdanos a mejorar piscolabis

buscamos que piscolabis se configure como un espacio abierto, donde los participantes sean el centro. Por ello, animete a rellenar esta encuesta y podremos adaptar nuestra plataforma a tus inquietudes y opiniones.



Edad
Elige

¿Cómo has conocido piscolabis?

Amigos

Redes sociales

Otro:

¿Qué temáticas te interesarían para la próxima temporada?

Ciencia

Gastronomía

Literatura

Derecho

Arquitectura

Urbanismo

Otro:

¿Qué es lo que te ha gustado de piscolabis?

presencial. Nuestra intención es lograr una bidireccionalidad entre el canal físico y el online. Buscamos que las conexiones que nacen en la vía física a través de los encuentros tengan su reflejo en el mundo digital. Así, nuestra web ofrece un archivo de ponentes y colaboradores para que cualquier persona, haya asistido o no a las sesiones, pueda saber quién participó y sus líneas de trabajo así como establecer contacto en caso de que le interese. Se configura como

genera facilita que seamos testigos de conversaciones constructivas, desavenencias respetuosas e interrupciones disruptivas entre personas que no se conocen entre sí, lo que da pie a un crisol de perspectivas. Se crea una comunidad unida bajo un interés común que ya se ha experimentado fuera del reino virtual, pero puede continuar su relación en el espacio *online* gracias a las ventajas que ofrece. Así, se aúnan los beneficios que aportan las nuevas

Asistentes durante la sesión *Brujas Ignífugas*, sobre feminismo entre disciplinas.



un registro que intenta trascender lo efímero de Internet, dando respuesta a la nostalgia por la permanencia. También nos permite trazar un mapa de nuestra red de colaboración y cooperación -inherente al concepto de nuestras sesiones- para dar lugar a una comunidad de inteligencia colectiva y experiencias compartidas.

Conclusiones

A través de esta iniciativa hemos comprobado que las personas aún quieren formar parte de encuentros físicos, no únicamente virtuales. La espontaneidad del diálogo que se

tecnología en materia de ubicuidad, comunicación y colaboración con los aprendizajes e impronta que implica una reunión presencial.

Al potenciar los puntos fuertes de ambas estrategias, se logran sinergias multiplataforma que dan más solidez a los vínculos que se forman a partir de *piscolabis*, permitiendo una mayor consecución de sus objetivos. Así, constatamos una de las máximas de nuestra iniciativa: juntos, las cosas salen mejor. ▀