

Difusión y arraigo del aprendizaje-servicioⁱ

Josep M. Puig

Universidad de Barcelona

Resumen

A partir de la información aportada por diferentes investigaciones y por el conjunto de trabajos publicados en este monográfico, este artículo analiza el proceso de difusión y arraigo de una nueva idea pedagógica –el aprendizaje-servicio– en Catalunya. Se pretende alcanzar un doble objetivo: presentar algunas ideas generales sobre los procesos de innovación educativa y ver de qué modo se han concretado en relación al aprendizaje-servicio. Para intentarlo se estudia, primero, cómo caracterizar una buena idea educativa y una buena política de difusión de una novedad. Luego se recorren las fases del proceso de difusión y arraigo del aprendizaje-servicio en el ámbito catalán y se acaba con un listado de propuestas para seguir impulsando en el futuro la difusión del aprendizaje-servicio.

Palabras clave

Innovación educativa, aprendizaje-servicio, difusión del conocimiento, comunidad de prácticas, red local.

Fecha de recepción: 31/VII/2018

Fecha de aceptación: 23/IX/2018

Dissemination and establishment of service-learning

Abstract

Informed by results from different research and the selection of papers published in this monograph, this article discusses how a new pedagogy —service-learning— has been rolled-out and embedded in Catalonia. The aim of the paper is twofold: to present general ideas about educational innovation and to examine how this has taken place in service-learning. To this end, the paper discusses what constitutes a good educational idea and a good policy of disseminating a novel idea. Then follows a discussion of the various phases of dissemination and embedding of service-learning throughout the Catalan region and finally, a list of proposals is presented with the aim of continuing fostering the dissemination of service-learning in the future.

Keywords

Educational innovation, service-learning, knowledge dissemination, community of practices, local network.

1. Introducción

En la presentación del monográfico se proponía a cada uno de los autores y autoras el estudio de un aspecto de la difusión del aprendizaje-servicio en Catalunya. En la medida que ha sido un proceso bien delimitado en el espacio y el tiempo, así como también en relación a sus protagonistas implicados, sus análisis puede darnos ideas sobre cómo impulsar cualquier innovación educativa, y cómo seguir haciéndolo en el caso del aprendizaje-servicio. Conocer los caminos que han recorrido algunas instituciones cuando lo han adoptado, o cómo han facilitado que otros actores sociales se apropiasen de la metodología del aprendizaje-servicio, puede sernos de gran ayuda para proseguir su difusión. Asimismo es posible detectar pasos en falso y omisiones que pueden haber dificultado la implantación del aprendizaje-servicio. En definitiva, se trata de ver cómo se ha difundido y arraigado el aprendizaje-servicio, cómo parece conveniente continuar dicho proceso y, generalizando algo las ideas que se alcancen, ver de qué modo convertir una novedad educativa –una idea teórica, una investigación de laboratorio o un experimento práctico– en una innovación educativa; es decir, en una propuesta que adopte un gran número de actores educativos para mejorar su trabajo. Parte de estos interrogantes se han contestado en los diferentes artículos que componen este volumen. En este texto final daremos una visión de conjunto sobre la manera cómo se ha desarrollado el aprendizaje-servicio en el ámbito geográfico que considera el

monográfico. Para intentarlo veremos primero qué significa tener una buena idea y qué características debe cumplir un buen plan para difundirla, a continuación recorreremos los principales momentos del proceso de difusión del aprendizaje-servicio en el ámbito catalán, y para terminar apuntaremos algunas sugerencias que pueden ayudar a dibujar el futuro de su difusión y arraigo.

2. Una buena idea pedagógica

Hemos visto que para hablar con propiedad de innovación educativa se requiere contar primero con una buena idea que luego se difunda ampliamente (Innerarity, 2011). Esta afirmación nos conduce a dos preguntas: qué es una buena idea pedagógica y qué estrategias facilitan la difusión de una buena idea. Vamos a responder a ambas preguntas y lo haremos en relación al aprendizaje-servicio.

En primer lugar, podemos afirmar que el aprendizaje-servicio es una buena idea pedagógica porque cumple adecuadamente con ciertos criterios de calidad de índole metodológica y formal. Una idea pedagógica es mejor en la medida que permite al alumnado una experiencia formativa más rica y compleja; es decir, una experiencia significativa, auténtica, vinculada a la realidad y de alta implicación vital. Cualidades que no faltan en el aprendizaje-servicio. Además, una idea pedagógica será mejor en la medida que invite a una participación activa, abra caminos a la cooperación, destine momentos y actividades a la reflexión, sea posible evaluar múltiples dimensiones de la actividad y facilite el

reconocimiento del alumnado. Si además los diferentes momentos de la actividad le permiten al profesorado realizar aportaciones de contenido, de regulación o de evaluación, estamos ante una propuesta de alta calidad pedagógica. Obviamente no podemos afirmar que cualquier proyecto de aprendizaje-servicio alcance siempre el máximo nivel en estos parámetros, pero no es complicado advertir que su arquitectura metodológica facilita de una manera muy natural el lograrlo.

En cuanto a los criterios formales, el aprendizaje-servicio también alcanza un alto nivel de calidad que luego facilitará su difusión. Se trata de una metodología novedosa, por lo original y poco conocida, aunque existan antecedentes antiguos y muy claros. Además de novedosa, responde a una necesidad que el profesorado formula de diferentes modos, aunque siempre se destaca la conveniencia de incluir la ayuda a los demás y el altruismo como componentes a incorporar en el proceso formativo de los jóvenes. También contribuye a mejorar la difusión el que la nueva idea metodológica pueda relacionarse con las finalidades educativas, las ideologías del profesorado o con algunos de sus marcos conceptuales. En cambio, el aprendizaje-servicio no siempre resulta fácil de explicar, ni tampoco es sencillo imaginarlo en funcionamiento. Finalmente, y en este aspecto sí que es excelente, el aprendizaje-servicio es una metodología muy flexible y aplicable a muchas situaciones y realidades diferentes. En síntesis, podemos afirmar que tanto por su calidad pedagógica, como por su

notable efectividad formal, el aprendizaje-servicio es una novedad que con facilidad puede convertirse en una innovación educativa.

3. Una buena estrategia de difusión

Como ya hemos advertido, no hay innovación sin difusión y no hay difusión sin una estrategia que la haga posible. Por tanto, ahora presentaremos las ideas centrales de la estrategia de difusión del aprendizaje-servicio que se emplearon en su recepción en Catalunya. Estrategias que se inscriben en tres direcciones: creación de un equipo impulsor, adopción de ciertos principios guía y definición de un plan de acción multidimensional (Puig y López, 2013).

Si deseamos que una nueva idea pedagógica como el aprendizaje-servicio se difunda es necesario contar con un equipo impulsor que tenga como misión promoverlo. Así ocurrió con el Centro Promotor del Aprendizaje Servicio. Después de entrar en contacto con esta metodología, un grupo de personas de procedencia variada se unieron con el objetivo de conocer mejor el aprendizaje-servicio y sobre todo de difundirlo e implantarlo. La existencia de una institución preocupada por la difusión de la innovación permite mantener durante largo tiempo las acciones que promueven su difusión, de este modo se evita su desaparición porque nadie se preocupa de crear las condiciones para su mantenimiento. Si además el equipo acuerda un plan de acción, se organizan de modo horizontal e igualitario, se distribuyen responsabilidades y sus miembros

tienen posibilidades de implicarse en las tareas del grupo, las posibilidades de difusión de la nueva metodología aumentan sensiblemente.

La difusión de una nueva metodología se facilita si el equipo impulsor adopta algunos principios guía y comportamiento que la favorezcan. En el caso del aprendizaje-servicio y del Centro Promotor se habla de un principio fundacional, el de no apropiación del aprendizaje-servicio –o voluntad de darlo a conocer y compartirlo universalmente–, y luego algunos principios de procedimiento, entre los cuales destacarían los de difusión en abierto –o creación de redes más que de organizaciones–, de reconocimiento –o partir de experiencias cercanas al aprendizaje-servicio y dar tiempo para su optimización– y sinergia –o articulación de iniciativas variadas que desarrollan diferentes actores sin demasiada coordinación previa–. Estos principios, que insisten en la idea que el aprendizaje-servicio es un bien común a compartir y que se debe avanzar aceptando y reconociendo los esfuerzos de todos los actores, han permitido su mejor difusión.

Por último, en la difusión de una innovación, y tal como han llevado a cabo el Centro Promotor y las demás instituciones que han difundido el aprendizaje-servicio en Catalunya, se obtienen mejores resultados con un plan de acción multidimensional. Es mejor no confiar toda la fuerza difusora en una o unas pocas acciones, sino que en la medida de lo posible conviene trazar un plan amplio, variado y entrelazado. Tal como se detalla en

varios artículos del monográfico, se han llevado a cabo múltiples acciones, entre las que destacan la promoción de nuevas experiencias, la descripción de alguna de ellas, la publicación de diversos materiales, las variadas acciones formativas, el impulso de políticas educativas a favor de la implantación de esta metodología, las jornadas y conferencias, el uso de la red y la implementación de páginas web, la multiplicación de contactos, el impulso y la ayuda a nuevos actores, así como una larga lista de acciones permanentes u ocasionales que conjuntamente han difundido con eficacia el aprendizaje-servicio.

4. Etapas en la promoción del aprendizaje-servicio

Contamos con una novedad pedagógica de alta calidad –la metodología del aprendizaje-servicio– y también con una buena estrategia de difusión –centro impulsor, principios guía y plan multidimensional–, estamos en condiciones de analizar las etapas por las que ha atravesado dicho proceso de difusión y arraigo del aprendizaje-servicio en Catalunya. En su presentación trataremos de combinar algunos hechos clave para la difusión del aprendizaje servicio, junto con elementos de reflexión generales sobre los procesos de innovación educativa. Todo ello lo concretaremos en cinco momentos:

- Conocer y dar a conocer el aprendizaje-servicio
- Promover experiencias de aprendizaje-servicio

- Activar puntos de redifusión y crear comunidad
- Implantar el Servicio Comunitario
- Tejer una red local para el aprendizaje-servicio

Conocer y dar a conocer el aprendizaje-servicio. Durante la etapa inicial de la difusión del aprendizaje-servicio, el protagonismo recayó en exclusiva en el Centro Promotor. Después de entrar en contacto con el aprendizaje-servicio, las tareas que en este primer momento se impusieron los miembros del Centro Promotor fueron conocer mejor y dar a conocer dicha metodología.

Dado que el aprendizaje-servicio fue una metodología que llegó como una idea y una práctica ya muy desarrolladas y consolidadas en otros países, la primera tarea que emprendieron los miembros del Centro Promotor fue su estudio. En otros casos, la innovación empieza por la creación de una novedad, en este caso se trataba de adoptar una novedad ya existente. Se debía asimilar el conocimiento disponible y luego adaptarlo a la propia realidad cultural y educativa. Para alcanzar este objetivo se detectaron experiencias cercanas al aprendizaje-servicio que se habían desarrollado sin usar el concepto y, por otra parte, se formularon las ideas principales del aprendizaje-servicio de un modo apropiado a la realidad del sistema educativo formal y no formal, así como al conjunto de entidades sociales receptoras. Esta tarea se concretó en el inventario de experiencias próximas al aprendizaje-servicio, la reformulación de las ideas

teóricas básicas y la redacción de múltiples guías prácticas que debían ayudar a los docentes y a otros actores implicados en el aprendizaje-servicio. Finalmente, como una novedad nunca está del todo concluida, se llevaron a cabo también intentos de aportar mejoras puntuales a la idea establecida del aprendizaje-servicio. Estas tareas de estudio e investigación se iniciaron en este primer momento, pero han continuado durante todo el proceso de difusión y arraigo del aprendizaje-servicio.

La segunda tarea consistió en dar a conocer el aprendizaje-servicio a todos los colectivos que potencialmente podían estar interesados en adoptarlo, así como a otros actores sociales imprescindibles para su difusión. Para conseguirlo el Centro Promotor, en colaboración con otras entidades, desarrolló una compleja actividad comunicativa, que impulsó acciones que van desde múltiples contactos personales con actores significativos, a cursos de formación, conferencias, publicaciones, jornadas y otras iniciativas. Con ello se pretendía dar a conocer el aprendizaje-servicio y, en cierto modo, viralizarlo. La variedad de medios y la capacidad manifestada por el Centro Promotor consiguieron que lentamente se fuese oyendo hablar cada vez más del aprendizaje-servicio, conociendo mejor sus posibilidades, apreciando su valor y luego se fuese adoptando con gusto. El esfuerzo comunicativo por darlo a conocer, vincularlo a las ideas de cada colectivo receptor, provocar el interés por sus virtualidades y facilitar su adopción, como veremos más adelante,

contribuyeron a su muy notable difusión.

Promover experiencias de aprendizaje-servicio. Comunicar una idea es una condición necesaria, pero no suficiente para producir una innovación. Las nuevas ideas se convierten en una innovación cuando muchas personas las adoptan. En nuestro caso, el aprendizaje-servicio será una completa innovación educativa cuando sea una práctica habitual en nuestros centros educativos formales y no formales. Pero conseguirlo supone multiplicar las experiencias, lograr que una infinidad de veces nazca un nuevo proyecto y que de este modo se vaya difundiendo la novedad.

Este proceso de difusión se basa en la repetición de pequeñas unidades de innovación, en su reproducción múltiples veces. No hay ningún camino más rápido. La innovación requiere que cada nuevo interesado lleve a cabo un proceso psicosocial de adopción de lo nuevo. Un proceso que supone abrirse a la novedad, estar dispuesto a probarla y luego buscar las alianzas para llevar a cabo una primera experiencia. Se trata de vivir una pequeña transformación social, que personalmente puede ser mayor calado, que abra las puertas a probar la metodología del aprendizaje-servicio y que en la mayoría de casos permita alcanzar un acuerdo entre una entidad educativa y una entidad social para desarrollar conjuntamente una experiencia. Este proceso recorre varias etapas: primero se conoce la novedad, a continuación se construye una opinión favorable, luego se toma la

decisión de intentar llevarla a cabo, a continuación se implementa y, por último, se evalúa para confirmar la bondad de lo intentado. Como ya se ha dicho, este recorrido se debe repetir infinidad de veces para consolidar una innovación educativa como el aprendizaje-servicio. Sin embargo, es sencillo imaginar medidas que pueden facilitar el desarrollo de tales procesos de adopción de una novedad. Veamos algunas de las más significativas para el caso del aprendizaje-servicio.

El Centro Promotor, con la ayuda de otros actores, llevó a cabo una política para favorecer la aparición de estos micro-actos creativos que debían ampliar la nómina de experiencias de aprendizaje-servicio. Para conseguirlo se inventariaron experiencias modelo, se dieron a conocer experiencias ya en marcha y, sobre todo, se impulsó la aparición de nuevos proyectos a través de la convocatoria anual de ayudas económicas para la realización de buenas experiencias. Una política que facilitó la aparición de múltiples ejemplos, que además resultaron modélicos y motivadores para lograr nuevos adeptos. Junto a las ayudas, las actividades formativas, las publicaciones de guías, la edición de videos y la creación de bases de datos de experiencias también facilitaron la propagación del aprendizaje-servicio.

Tal como explicó Everett Rogers (1962), los procesos de innovación se pueden representar muy bien mediante una campana de Gauss. Al principio tenemos unos muy pocos innovadores –en torno al 3%– que adoptan desde el primer momento la novedad, son muy

favorables y suelen ser vistos casi como elementos disruptivos; luego viene un grupo mayor –un 13% más o menos– que hacen suya la novedad con rapidez, la adaptan a su contexto de trabajo y se convierten en referentes para sus compañeros más lentos; a continuación los dos grupos centrales y más numerosos, denominados mayoría temprana y mayoría tardía –cada uno de ellos con un 34% de sujetos implicados–, el primer grupo está todavía bien dispuesto a adoptar la novedad, mientras que el segundo grupo ya es más escéptico, cauteloso y lento en adoptar la novedad; finalmente, el grupo llamado de los rezagados –formado por un 16%– son más lentos y tradicionales, tienden a mirar el pasado más que el futuro, les cuesta adoptar la novedad y no lo hacen hasta que las condiciones han madurado mucho.

Esta distribución clásica de las etapas de la innovación, aplicable al aprendizaje-servicio, nos ayuda a ver que al principio se partió de unas pocas personas muy favorables y con una motivación intrínseca por el aprendizaje-servicio muy fuerte. Promover el aprendizaje-servicio suponía casi tan solo darlo a conocer a los muy dispuestos. Luego el proceso se hace más lento y a veces más complicado. De todas maneras, en cualquier momento de la difusión de una novedad encontramos la unidad de adopción sujeto a sujeto de la propuesta nueva. Ciertamente las motivaciones de los primeros y de los últimos son muy distintas, y quizás los medios de difusión de la novedad deben variar al dirigirse a uno u otro

colectivo. En el caso del aprendizaje-servicio, al principio fue suficiente con darlo a conocer de múltiples maneras, con información suficiente y con cierta pasión para generar el primer impulso.

Activar puntos de redifusión y crear comunidad. A pesar de que las etapas que hasta este momento ha recorrido la difusión del aprendizaje-servicio han surgido en el orden que las estamos presentando, las tareas propias de cada etapa no desaparecen cuando empieza a desarrollarse la siguiente. Por tanto, aunque el proceso de conocer, dar a conocer y promover nuevas experiencias no haya concluido, cuando su número ha crecido de un modo suficiente como para despertar el interés de ciertas instituciones sociales, surge la necesidad de pensar de qué modo implicar dichas instituciones en tanto que puntos de redifusión del aprendizaje-servicio y de qué modo organizar los nuevos puntos de difusión. Estas son las dos tareas que toman relevancia en la tercera etapa de difusión del aprendizaje-servicio. Se trata de un objetivo que todavía lidera el Centro Promotor, pese a que ahora ya convive con múltiples iniciativas puntuales y autónomas de impulso a proyectos de aprendizaje-servicio. En cualquier caso, se trata de una iniciativa que creará nuevos actores en la difusión del aprendizaje servicio que compartirán protagonismo con el Centro Promotor. Un resultado muy deseado y acorde con su idea de no privatizar, sino promocionar tanto como sea posible esta iniciativa pedagógica.

La primera tarea de esta etapa –activar puntos de redifusión– es un proceso a

través del cual entidades de segundo nivel adoptan el aprendizaje-servicio como una línea de trabajo apropiada para sus unidades singulares y, en consecuencia, destinan esfuerzos y recursos a promoverlo entre sus miembros. Algunas de estas experiencias se han abordado en el monográfico, pero los casos son mucho más numerosos. A modo de ejemplo, podemos mencionar el trabajo realizado por Fundesplai, *Minyons Escoltes i Guies de Catalunya* y otras entidades de educación en el tiempo libre, la Federación de Movimientos de Renovación Pedagógica de Catalunya, varias congregaciones religiosas y la Fundación Escuela Cristiana, las universidades catalanas, así como las plataformas que agrupan a entidades sociales como la Mesaa del Tercer Sector o la Federación de Voluntariado Social. En estos y en otros casos, estamos ante un organización que decide promover el aprendizaje-servicio entre las entidades que la componen. Se convierte en un punto de redifusión del aprendizaje-servicio.

En la mayoría de los casos, en este momento del proceso de difusión del aprendizaje servicio, el Centro Promotor intenta activar estos puntos de redifusión, que luego tomaron por su cuenta la iniciativa de difundir el aprendizaje-servicio entre sus afiliados. Un proceso que se produjo por una doble conveniencia. A las organizaciones de segundo nivel les interesa incorporar el aprendizaje-servicio en tanto que propuesta acorde con sus objetivos y adecuada a sus entidades. Lo fueron adoptando y promoviendo en la medida que veían

que enriquecía y mejoraba su misión. Por otra parte, mirado desde el punto de vista del Centro Promotor y de la voluntad de difundir el aprendizaje-servicio, resulta claro que hacerlo por la vía de convencer desde fuera y siempre de manera puntual a cada entidad, es un modo de proceder que tiene unos límites muy evidentes. Es más efectivo implicar una entidad de segundo nivel para que ella impulse desde dentro el aprendizaje-servicio entre sus miembros. De este modo se comparte la responsabilidad y se amplía el horizonte de trabajo. Sin duda se pierde protagonismo, pero perderlo es precisamente una ventaja enorme para lograr el objetivo de incrementar la difusión.

La segunda tarea de esta etapa –crear una comunidad– intenta dar respuesta a un interrogante clásico: de qué manera han de vincularse entre si las organizaciones, los centros educativos y las entidades que han adoptado el aprendizaje-servicio y lo están aplicando. De acuerdo con la filosofía fundacional del Centro Promotor, se consideró que, en la medida de lo posible y de su capacidad de influencia, no se promovería un movimiento de centros favorables al aprendizaje-servicio, tampoco se impulsaría un régimen parecido a las franquicias, ni se quería constituir una asociación que encuadrara a las instituciones interesadas en el aprendizaje servicio. Se trataba de avanzar, mediante lo que algunos han llamado una organización sin organización (Shirky, 2008), hacia un modelo próximo a la idea de una comunidad virtual de práctica: una comunidad virtual de interesados en el

aprendizaje servicio (Wenger, 2001; Rodríguez Illera, 2008).

No se buscaba una organización fuerte, pero sí se pretendía crear el sentimiento de compartir un proyecto – sentirse parte– e intercambiar ideas y realizaciones para aprender y mejorar – crear una comunidad–. No se trata de construir una red para trabajar conjuntamente, sino estar vinculados por compartir un proyecto y para compartir información virtual y presencial sobre experiencias y avances en la difusión de aprendizaje-servicio. En este sentido, además de las publicaciones, han sido muy relevantes las Jornadas que tanto el Centro Promotor como otras instituciones y administraciones han organizado con gran éxito. También la publicación periódica de un boletín de noticias ha ayudado a crear sentimiento de comunidad. Finalmente, el aumento de noticias en los medios de comunicación y en la red sobre aprendizaje-servicio ha ayudado a mantener e incrementar el sentimiento de formar parte de una comunidad unida por un proyecto renovador. Mantener y mejorar este sentimiento de pertenencia a la comunidad del aprendizaje-servicio es uno de los retos de futuro que de ninguna manera terminan con la aparición de una nueva etapa de difusión.

Implantar el Servicio Comunitario.

Aunque hacia años que el Departamento de Educación de la Generalitat de Catalunya estaba realizando pruebas piloto y analizando la metodología del aprendizaje-servicio, no fue hasta el verano del 2015 cuando

se publicó el decreto que establecía la obligatoriedad de implantar en un plazo de cinco años el Servicio Comunitario en todos los centros de secundaria para que el alumnado de tercero o cuarto de la Educación Secundaria Obligatoria tuviese oportunidad de realizar una experiencia formativa que reforzase la competencia social y ciudadana, y diese la oportunidad a los jóvenes de comprometerse activamente en la mejora de su comunidad. La implementación de esta política educativa ha ido acompañada de numerosas medidas para facilitar su aplicación. Tal como se indica en el artículo del monográfico dedicado a este tema, se ha realizado formación, se ha implicado a entidades sociales, se han diseñado modelos de actividad ampliamente generalizables, se ha propuesto el modo de incluirlo en los proyectos educativos de centro, se ha indicado cómo incorporarlo en las materias escolares y cómo evaluar la actividad, se ha establecido la normativa legal necesaria para la salida del centro, se ha movilizado al personal de los servicios educativos, se han establecidos acuerdos con la administración local y se han llevado a cabo otras muchas iniciativas de apoyo a la implementación del Servicio Comunitario. En estos momentos la implantación avanza al ritmo esperado.

La política de implantación obligatoria del Servicio Comunitario ha sido un acontecimiento en el proceso de difusión del aprendizaje-servicio en Catalunya; es decir, un hecho que marca un antes y un después (Morin, 1982). Un acontecimiento es un hecho destacable en el entorno que se

considera –en nuestro caso en el ámbito de la difusión del aprendizaje-servicio–, un hecho no habitual y poco previsible. Un hecho singular que, en sí mismo o en sus consecuencias, permanece en el tiempo y altera profundamente las condiciones del sistema donde aparece. La irrupción del aprendizaje-servicio modificó sustancialmente los parámetros de su difusión.

La principal alteración se refiere al cambio de dimensión que supuso. En un período de tiempo limitado todos los alumnos de tercero o cuarto deben realizar una experiencia de Servicio Comunitario, lo cual obliga a que todos los centros de secundaria se movilicen para hacerlo posible y, en consecuencia, que también lo haga parte de su profesorado. Además supone un reto enorme para las entidades que han de proporcionar espacios de servicio a los jóvenes. En el mismo sentido, también es un reto para el Departamento de Educación que se ha convertido en el principal referente en la difusión de la metodología del aprendizaje-servicio y lo ha hecho en un momento económica y políticamente complicado. En cualquier caso, el Servicio Comunitario se ha convertido en una auténtica locomotora en la difusión de la metodología del aprendizaje-servicio. Si se consigue mantener bajo control los riesgos y las dificultades de una tan amplia difusión, el éxito habrá sido enorme.

Tejer una red local para el aprendizaje-servicio. Desde el mismo comienzo del proceso de difusión del aprendizaje-servicio se constató que para lograr su

completa implantación y asegurar su sostenibilidad era imprescindible el concurso de la administración local. El arraigo del aprendizaje-servicio siempre se da en un medio local y, por lo tanto, es necesaria la implicación de los ayuntamientos y la movilización de las fuerzas locales. Sin embargo, cuando el Servicio Comunitario se sumó al resto de iniciativas de difusión del aprendizaje-servicio, el volumen de experiencias que se debe alcanzar hace imprescindible la creación de una red local para el aprendizaje-servicio en cada pueblo, ciudad o barrio. Con ello entramos en la quinta etapa del proceso de difusión del aprendizaje-servicio, que no cierra las etapas anteriores ni niega que ya se han producido excelentes realizaciones locales, pero que abre un nuevo momento en el cual la tarea básica es imaginar cómo debe ser una red local para el aprendizaje-servicio y cómo implementar las políticas y las acciones necesarias para crearla. A pesar de las múltiples experiencias locales en marcha, estamos en el principio de lo que debe ser el objetivo último de esta etapa, la creación de una red para el aprendizaje-servicio en cada ámbito local.

¿Por qué motivos es necesaria la creación de una red local para el aprendizaje-servicio? Es necesaria porque se trata de satisfacer una demanda que afecta a una gran cantidad de jóvenes y, por lo tanto, se debe contar con muchas opciones para darles cabida. Naturalmente nos referimos a los que deben realizar el servicio comunitario, pero también a los que llevan a cabo experiencias de

aprendizaje-servicio en otras situaciones. Además no se trata de llevar a cabo una realización singular y no repetirla nunca más, sino todo lo contrario, año tras año se debe ofrecer una cantidad muy alta de opciones. Por tanto, debemos crear una organización amplia y sostenible. Finalmente, para llevar a cabo esta cantidad de experiencias se deben movilizar muchos actores; al menos los que provienen de los centros educativos, los que dependen de las entidades sociales, los receptores del servicio, los técnicos locales y educativos, y sin duda algunos más. Y todo esto ocurre en un ámbito territorial local. Es decir, la cantidad de experiencias, su repetición, así como la articulación de los implicados en su desarrollo debe darse en todos los núcleos de población. Debe repetirse tantas veces como barrios, pueblos o ciudades acojan actividades de aprendizaje-servicio. Pues bien, si esta es la realidad a que nos enfrentamos, parece necesario aplicar en cierto modo el principio de subsidiariedad. Las condiciones materiales y organizativas para implantar el aprendizaje-servicio se deben disponer desde la administración más próxima al lugar donde llevar a cabo las experiencias educativas. Sin duda algunos aspectos se deberán resolver desde instancias superiores y generales –como así ha ocurrido con el Servicio Comunitario–, pero la creación de las condiciones para la implantación territorial del aprendizaje-servicio deben recaer en la administración local y en las fuerzas ciudadanas más próximas. Solo de este modo se puede lograr una eficaz implantación del aprendizaje-servicio

en un espacio geopolítico amplio. Además de la escasa motivación que ello produciría en los afectados, es difícil imaginar la organización centralizada de las propuestas de aprendizaje-servicio para toda la población. Parece clara la necesidad de pensar la difusión y el arraigo en el ámbito local, ahora nos queda ver qué se debe hacer y cómo se debe llevarlo a cabo.

A la pregunta sobre qué se debe hacer, la respuesta unánime es favorecer las relaciones de partenariado creando una red local para el aprendizaje-servicio (Gordó, 2010). En la medida que se requiere la participación de diferentes actores para llevar a cabo una experiencia, se debe trabajar para facilitar la conexión entre ellos. Para lograrlo se han de dar algunas condiciones muy generales y básicas. Primero, movilizar a los diferentes actores implicados –centros, entidades, receptores, técnicos, etc– y probablemente a otros que pueden hacer contribuciones de relieve. En segundo lugar, propiciar que cada uno de ellos esté dispuesto a aportar esfuerzos individuales para realizar un proyecto común. Algo que al principio requiere cierta confianza en que la contribución de cada miembro será completada con las que realizarán los demás. En tercer lugar, se deben crear las condiciones para coordinar las aportaciones de cada participante y conseguir la aparición de distintas experiencias. Esta coordinación no es banal ya que puede darse el caso que los actores estén dispuestos a contribuir a un proyecto común, pero conocerse, contactarse y coordinarse resulte demasiado costoso. Por tanto,

se han de disponer los mecanismos que faciliten la conexión. Cuando hay movilización, esfuerzo y coordinación tenemos las principales condiciones, aunque no las únicas, para la creación de una red local para el aprendizaje-servicio. Contar con una red es más que contar con un conjunto de conexiones, es disponer de un bien común, de algo que se ha creado con las aportaciones de todos los implicados, pero que al articular las contribuciones se ha convertido en mucho más. Una red madura ofrece mucho más de lo que pide a cada una de sus miembros. Articular actores multiplica los resultados positivos para cada uno de ellos.

Sabemos que conviene crear una red local, tenemos una idea suficiente de lo que es y de lo que exige, ahora debemos referirnos brevemente a cómo construirla. Con toda seguridad ahí radica el principal escollo de esta fase de difusión del aprendizaje-servicio. Las principales realizaciones con que contamos, así como la que se presenta en el monográfico, tienden a coincidir en la necesidad de asegurar aspectos como los siguientes: partir de una voluntad política explícita, detectar las experiencias existentes y los recursos a disposición, formar un grupo impulsor local, nombrar personas de referencia que coordinaran el proyecto, ofrecer formación y procesos de diseño conjunto, idear oportunidades para conocerse y hacer contactos, difundir las experiencias de éxito, evaluar los resultados, reconocer las realizaciones y, sin duda, otras acciones apropiadas para cada una de las realidades locales que impulsen la implantación territorial

del aprendizaje-servicio. En el momento de cerrar este monográfico, nos encontramos en esta situación: explorando fórmulas que nos permitan generalizar la existencia de redes locales para el aprendizaje-servicio en todos los ámbitos territoriales que las precisen.

5. Siete prioridades y un objetivo para el futuro

Para concluir el panorama que hemos trazado a propósito del proceso de difusión del aprendizaje-servicio, vamos a combinar los riesgos que se han advertido y los retos que dibuja la situación actual a fin de establecer algunas prioridades, así como un objetivo de fondo, que consideramos que hoy definen el horizonte de futuro del aprendizaje-servicio en Catalunya. Aunque todas las propuestas están interrelacionadas, aquí las vamos a presentar de forma aislada y explicadas con brevedad.

1. *Implantar el aprendizaje-servicio en cualquier espacio educativo.* Esta metodología expresa una filosofía educativa que no se aplica a una edad en exclusiva, sino que debe tener presencia durante todo el proceso educativo. Por tanto, junto al Servicio Comunitario en secundaria, debemos promocionar su aplicación en la educación primaria, en la universidad, en ámbitos de educación social o de tiempo libre, por citar algunas de los espacios más habituales.

2. *Cuidar la calidad pedagógica de los proyectos de aprendizaje-servicio.* La generalización de estas propuestas, junto con las prisas o la falta extrema

de condiciones apropiadas, puede perjudicar la calidad formativa de las acciones. Merece especial atención profundizar en temas como la articulación del servicio con los contenidos académicos que se deben adquirir, también debemos atender a la definición de espacios de reflexión que tanto mejoran el provecho que se obtiene en las experiencias de aprendizaje-servicio. Dos ejemplos entre otros que también merecen la máxima dedicación.

3. *Crear las condiciones para que las entidades sociales puedan ofrecer espacios de servicio coherentes con su misión.* La cantidad de oportunidades de servicio que se precisan es enorme y a la vez las posibilidades de las entidades sociales son limitadas en varios aspectos. Conviene pensar estrategias para facilitar el diseño de buenos proyectos, para dotarlos de una organización adecuada, para conseguir que se mantengan en el tiempo y, finalmente, para lograr que ayuden a mejorar la misión de las entidades.

4. *Desarrollar un pensamiento que permita fundamentar el aprendizaje-servicio.* Esta propuesta educativa no es una técnica que se aplica donde convenga; por el contrario, expresa una postura filosófica que se actualiza gracias al aprendizaje-servicio. Cuando relacionamos una práctica educativa con las finalidades más generales de la educación, se logran con más rapidez y profundidad los objetivos deseados. Por lo tanto, conviene profundizar en las bases filosóficas, antropológicas y sociales del aprendizaje-servicio.

5. *Construir una red local para el aprendizaje-servicio.* A partir de cierto umbral en la extensión del aprendizaje-servicio, sabemos que su difusión y arraigo dependen de la implicación de la administración local y de la creación de una red territorial. Lo que no sabemos con tanta claridad es el tipo de políticas y acciones que son necesarias para crear estas redes locales. A incrementar el conocimiento y la experiencia se deberán destinar los mayores esfuerzos en los próximos años.

6. *Promover sinergias entre las administraciones y con la sociedad civil.* La difusión del aprendizaje-servicio no alcanzará los niveles deseados si los diferentes actores no coordinan sus esfuerzos. Conviene que las administraciones logren colaborar sin perder su autonomía y su especificidad. Asimismo, es necesario que se busquen caminos para sumar esfuerzos con otras entidades de la sociedad civil. Sin embargo, pese a ser un objetivo compartido, cuesta encontrar las estrategias para llevarlo a cabo con éxito. De nuevo estamos ante un ámbito en el que se deberá avanzar mucho en cuanto a qué hacer y a cómo hacerlo.

7. *Evaluar los resultados de los proyectos de aprendizaje-servicio.* Aunque contamos con múltiples indicios que constatan la efectividad de los proyectos de aprendizaje-servicio, no hemos conseguido todavía poner en marcha sistemas de evaluación que nos indiquen de manera objetiva qué se logra y hasta qué punto se consiguen alcanzar ciertos objetivos. En este

aspecto también será necesario dedicar más recursos y llevar a cabo nuevas investigaciones en el futuro.

Estas prioridades apuntan a un objetivo que unifica las diferentes acciones que ya se están realizando, así como también las que se han propuesto para el futuro. Nos referimos a la institucionalización del aprendizaje-servicio. Institucionalizar no significa necesariamente ni burocratizar, ni convertirlo en una práctica repetitiva y cada vez más falta de sentido formativo. Institucionalizar significa transformar la innovación en una realidad bien establecida en el sistema educativo y en el entorno social que le acompaña. La innovación es un momento esencial en un cambio educativo o social, pero no es suficiente. La innovación puede ser simplemente una moda pasajera, sin duda con amplia aceptación social, pero con nula posibilidad de permanecer en el tiempo. La institucionalización en cambio permite dar estabilidad y continuidad a las innovaciones educativas y sociales. Pero institucionalizar supone llevar a cabo acciones que ya se están realizando, otras que se han propuesto y aun algunas que todavía no imaginamos. Sea como fuere, analizada la situación en que nos encontramos, consideramos que el reto para los próximos años es institucionalizar el aprendizaje-servicio en los diferentes espacios sociales implicados en su implantación.

6. Referencias bibliográficas

Gordó, G. (2010). *Centros educativos:*

¿islas o nodos? Barcelona: Graó.

Innerarity, D. (2011). *La democracia del conocimiento*. Barcelona: Paidós.

Morin, E. (1982). *Science avec conscience*. Paris: Fayard.

Puig, J. y López, A. (2013). *Aproximació al procés de promoció de l'aprenentatge servei a Catalunya*. Barcelona: Centre Promotor de l'Aprenentatge Servei. Disponible en <http://www.aprenentatgeservei.org/intra/aps/documents/aproximacio%20al%20proces%20de%20promocio%20APS%20cat.pdf>

Rodriguez Illera, J. L. (2008). *Comunidades virtuales de práctica y de aprendizaje*. Barcelona: Publicaciones y Ediciones de la Universidad de Barcelona.

Rogers, E. M. (1962). *Diffusion of innovations*. New York: Free Press.

Shirky, C. (2008). *Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations*. Londres: Penguin.

Wenger, E. (2001). *Comunidades de práctica*. Barcelona: Paidós.

ⁱ Este escrito es responsabilidad de quien lo firma, pero resulta de un proceso de investigación que ha implicado en diferentes momentos y situaciones a varias personas. Se basa en los resultados alcanzados junto a Ariadna López Margall durante una investigación subvencionada por el Programa Recercaixa2010; también aprovecha la experiencia del Centre Promotor de l'ApS y la ayuda recibida de Teresa Climent, Laura Campo y Roser Batlle y, finalmente, es deudor del trabajo que durante dos años ha liderado Xus

Martín en el GREM-ApS y que ha implicado a Laura Rubio, Mònica Gijón, Josep Palos, Mariona Graell, Jordi Calvet, Maria López-Dóriga, Anna Escofet, Maria Teresa Fuertes, Brenda Bär y Laura Luchetti.