

COMPETENCIA DIGITAL Y ESTRATEGIA DE MOVILIZACIÓN DE LOS CONOCIMIENTOS: GUÍA PARA ELABORAR PRODUCTOS AUDIOVISUALES

Julia Ruiz-López

Universidad de Cantabria
julia.ruizlopez@unican.es

Noelia Ceballos-López

Universidad de Cantabria
noelia.ceballos@unican.es

Ángela Saiz-Linares

Universidad de Cantabria
angela.saizl@unican.es

Palabras clave: Competencia digital, movilización del conocimiento, difusión, documentación, proceso creativo.

Resumen

Esta comunicación describe el proceso creativo de desarrollo de la “Guía rápida para la elaboración de productos audiovisuales” (Ruiz-López, 2017) desde un enfoque de la movilización de los conocimientos (Knowledge mobilization). Desde estas líneas hemos intentado introducir la importancia de realizar una apuesta por las nuevas formas de comunicación en investigación a través de un ejemplo práctico del desarrollo de un ejercicio de mejora de la competencia digital en el ámbito universitario. Reflexionamos sobre la competencia digital en la movilización del conocimiento, fundamentándolo a través del análisis sobre la devolución social de la investigación en Ciencias Sociales y Humanidades que realiza Naidorf (2015), y de la complejidad de lo social, en los términos que describe Susinos (2013).

1. Introducción

En esta comunicación queremos presentar la necesidad de mejorar la competencia digital en el ámbito universitario para el desarrollo de una estrategia de movilización de conocimientos desde un enfoque concreto basado en la propuesta de Anderson y

McLachlan (2015). Para ello, organizamos el contenido en tres apartados: en el primero de ellos se aborda el marco teórico que introduce los términos relevancia social, difusión y movilización de los conocimientos construyendo el enfoque que, desde nuestro punto de vista, aporta una mirada más compleja en la investigación en Ciencias Sociales y Humanidades. Además, en ese mismo apartado, introducimos la problemática de la complejidad de lo social y proponemos la necesidad de abordar las posibilidades de las nuevas formas de comunicación.

En el segundo apartado se presenta el desarrollo de las guías como proceso de aprendizaje para la mejora de la competencia digital y como herramienta de movilización del conocimiento en relación a una estrategia de movilización concreta que hemos adaptado a nuestras necesidades. Nos centramos en el proceso de toma de decisiones llevado a cabo para el desarrollo de la 'Guía rápida para la elaboración de productos audiovisuales' (Ruiz-López, 2017), una guía entendida como una invitación a la mejora de la competencia digital para la elaboración de productos audiovisuales.

2. Marco teórico

a. La devolución social de la investigación en Ciencias Sociales y Humanidades

El estudio realizado sobre los sistemas universitarios públicos en Argentina y Canadá por Naidorf (2014), nos acerca a los términos relevancia social y movilización de los conocimientos, de los que dice:

La relevancia social (*social relevance*) es un término ambiguo; Es la forma más sofisticada de pedir al profesorado que se involucre en una investigación más útil, aplicable y/o de impacto social, con más movilización de los conocimientos. La movilización del conocimiento (*knowledge mobilization*), desde esta perspectiva, es una forma de hacer que el conocimiento sea útil para incrementar el valor del conocimiento en relación con su utilidad (Naidorf, 2014, p. 14).

Naidorf (2014) pone el foco en el estudio del vínculo entre la investigación y la práctica, la movilización de los conocimientos y el impacto de la investigación. Se interesa por el análisis de los términos: *investigación socialmente relevante; movilización del conocimiento; impacto de la investigación; innovación* que aparecen en las prioridades fijadas por las universidades. Su análisis ahonda en las implicaciones de la terminología utilizada que, desde su punto de vista, puede parecer a primera vista neutral, simple y libre de conflictos de intereses pero que, sin embargo, tiene repercusión en el impacto

de la investigación en Ciencias Sociales y Humanidades en términos de mejora de la calidad de vida.

Por otro lado, de acuerdo con las palabras de Levesque, incrementar el valor del conocimiento requiere un cambio cultural y de perspectiva. Para Levesque el conocimiento, en términos comerciales, no resulta rentable. El conocimiento útil o importante para unas personas puede no serlo para otras y esto hace perder su rentabilidad, es necesario ese cambio cultural y de perspectiva que transforme ese conocimiento, que le dé sentido como algo útil o importante. Levesque explica la diferencia entre movilización y diseminación mediante la siguiente metáfora:

Diseminar es como sembrar semillas; no crecerán si no sigues los pasos necesarios: hay que rastrillar, regar y controlar las posibles plagas hasta que puedas cosechar. En pocas palabras, no es suficiente diseminar el conocimiento para obtener resultados, es necesario hacer más (Levesque, 2009 en Naidorf, 2014, p. 16).

En este sentido, la movilización del conocimiento debe recoger también la necesidad del desarrollo a nivel estratégico los procesos comunicativos que conectan la investigación con las necesidades sociales, con la mejora en términos de calidad de vida que se espera como resultado de nuestras investigaciones en las Áreas de Ciencias Sociales y Humanidades, a pesar de no tener rentabilidad en términos comerciales.

El valor económico del conocimiento se vincula generalmente con un conocimiento aplicado, que no tiene en cuenta la complejidad del contexto social, y que puede derivar en la demanda de recetas o pautas prácticas que produzcan cambios rápidos y efectivos, aunque en la mayor parte de los casos, superficiales. Esta forma de entender la transferencia de resultados bebe más de lo técnico que de lo social, como una forma de entender la movilización de conocimientos como diseminación, depositar los resultados de la investigación en la acción, en el contexto de lo práctico. Por el contrario, lo social exige además un proceso de adopción y apropiación del conocimiento para su aplicación práctica, que los resultados sean usados por quienes pertenecen al contexto en que se desarrolló la investigación (Bennet et. al, 2007, Levesque, 2009; Naidorf, 2014, Levin, 2011 en Parrilla, Raposo-Rivas, Martínez-Figueira, 2016, p. 2071).

Parrilla et al. (2016) desde la perspectiva de la investigación participativa diferencian la simple difusión (*dissemination*) de la movilización de conocimientos atendiendo a su finalidad. Estas autoras apuntan que la finalidad de la movilización de conocimientos:

Es mejorar el alcance y el impacto de la investigación, de las comunidades, lugares de trabajo, la salud, la educación, la política... a través de la (co)creación efectiva, el trabajo compartido, el aprovechamiento y la aplicación del conocimiento[, y que]se diferencia de la simple difusión (*dissemination*) en que ésta no implica compromiso alguno con la responsabilidad en el proceso que conduce a la movilización del conocimiento, [sino que se trata solamente de] un paso intermedio entre el resultado obtenido y su aplicación práctica (Naidorf y Perrotta, 2015, citado por Parrilla et al., 2016, p. 2071).

Como requisito para posibilitar esta aplicación práctica, Naidorf (2014) señala que es necesario que exista un diálogo entre quienes investigan y quienes forman parte de la comunidad, y que, además, es necesario que se tengan en cuenta las tensiones, las complejidades, los contextos, los retos, las contradicciones y los desacuerdos que se producen en este diálogo.

b. La complejidad de lo social y las nuevas formas de comunicación

La complejidad del diálogo entre quienes investigan y quienes forman parte de la comunidad nos hace pensar en la dificultad de comprender el escenario, de los condicionamientos sociales en los que nos movemos, y como consecuencia “vuelve necesario y urgente que en los trabajos que publicamos se aclare y justifique de qué modo nuestra tarea investigadora revierte en la sociedad, con qué aspectos del cambio y la mejora social está comprometida” (Susinos, 2014, p. 121).

En este sentido, la capacidad de capturar esa complejidad nos hace pensar en producciones más artísticas y menos académicas que conservan el valor del conocimiento académico pero que utilizan nuevas formas de comunicación, más conectadas también con nuestra competencia digital. En su texto, Susinos (2014) nos habla de la película 'Qué verde era mi valle' que describe una vida ajena, con la que convergemos o divergimos, nos encontramos o desencontramos, en definitiva, nos presenta una narración que nos permite reflexionar sobre nosotras y sobre otras personas, de lo ajeno y lo propio, desde nuestros condicionantes sociales del presente y desde el contraste con los de otra época.

La película nos da acceso al pensamiento del director John Ford que presenta en formato de narrativa de ficción un momento histórico que ha considerado que merece ser contado. A través de las escenas, el encuadre, de lo que ocurre, se oye y se ve en la pantalla podemos acceder a elementos (sonoros y visuales) seleccionados y organizados con

la supervisión del director para describir ese momento. Quien se ocupa del producto audiovisual, como director o directora, adquiere un compromiso ético y estético en la selección y montaje de esos elementos que forman parte de lo audiovisual, en las decisiones de lo narrativo: del guion.

Susinos explica la complejidad de lo social y la aproximación a la comprensión del fenómeno social a través del concepto de cristalización propuesto por Richardson y St. Pierre (2005, en Susinos, 2013, p. 122), esta propuesta utiliza la metáfora del cristal para explicar que, al igual que la estructura física del cristal produce reflejos y deforma imágenes en función del ‘lugar desde el que se mire’, así también,

los episodios o acontecimientos sociales pueden ser explicados y descritos con matices o connotaciones diferentes por los individuos que participan en él en función de la posición que ocupan en el escenario social que se estudia. Así, todas estas interpretaciones o puntos de vista conviven en tensión y todas son relevantes para comprender el fenómeno estudiado, todas las voces aportan un conocimiento valioso y más que una única lectura “correcta” del acontecimiento, existen varias posibles interpretaciones que confluyen o divergen, pero que en todo caso están conviviendo a la vez. (Susinos, 2013, p. 122).

Perspectivas de investigación en Ciencias Sociales y Humanidades como éstas conectan con un tipo de investigación que está movido o motivado por el aprendizaje, el intercambio y el apoyo mutuo y el compromiso por compartir, recrear y analizar conocimientos y prácticas (Parrilla et al., 2016, p. 2075). Esto nos lleva a un proceso de exposición, movilización y democratización de la información producida por la investigación (Contreras y Gamboa, s/f en Parrilla et al., 2016, p. 2071). En consecuencia, este producto dirigido a compartir lo aprendido, debe ser un producto cuidado, como exponen Parrilla et al. (2016, p. 2071), un producto que debe comunicarse de forma accesible, estética y comprensible, ajustado a la audiencia mediante prácticas creativas con las que se demuestre una comprensión profunda, realista y compleja del asunto que se ha investigado.

Un ejemplo de este esfuerzo por exponer, movilizar y democratizar el conocimiento producido en la investigación puede encontrarse en las ‘Guías rápidas’ (Ceballos-López, 2017; Saiz-Linares, 2017) elaboradas en el marco del proceso creativo que exponemos más adelante.

Para la construcción de estas prácticas más creativas, lo académico debe adentrarse en las formas de comunicación social actuales, lo que nos hace preguntarnos también sobre

cómo la forma en que comunicamos produce cambios en lo político, en lo social o en la cultura. Esta preocupación por la incidencia de lo tecnológico nos acerca a las nuevas fórmulas de comunicar que están apareciendo en el ámbito del periodismo, las nuevas narrativas, y el concepto de *transmedia*¹, relacionado con distintas formas de presentar la información.

Debemos ser conscientes de cómo lo técnico repercute en lo social y, desde la perspectiva mediológica (Luna, 2016, p. 393) como “capacidad o función performativa e institutiva que contribuye al diseño de un discurso social bajo el que las personas piensan, hablan, miran y se relacionan creando”.

La investigación debe hacer política también en esos espacios menos académicos, aproximándose a otras fórmulas más conectadas con lo gráfico, lo plástico, lo audiovisual, lo narrativo o la *performance*² como experiencia artística. Necesita considerar lo ético y lo estético sin menospreciar ninguna de las dos dimensiones. En definitiva, investigar en Ciencias Sociales y Humanidades, desde la sensibilidad estética y ética, busca 'mirar a' y 'escuchar en' las vidas de otras personas para construir conocimiento que nos permita vivir mejores vidas. Al mismo tiempo, ese proceso de indagación nos debe llevar a construir productos que permitan a otros 'mirar a' y 'escuchar en' desde una propuesta comprometida con un cambio o mejora social (Susinos, 2014). Algunas artistas reclaman esto para su arte, como hace, por ejemplo, Paula Ortiz³, directora de cine, quien considera que "el cine tiene que ser revulsivo, intenso y transformador", que es justo lo que deseamos conseguir con el resultado de nuestra investigación, ese objetivo al que nos queremos acercar, palabra por palabra: *revulsivo* porque quiere movilizar, *intenso* porque quiere dejar huella y *transformador* porque busca provocar cambios.

¹ El concepto *transmedia* al que nos referimos tiene que ver con las formas de narrativa transmedial que se acercan más a las fórmulas del periodismo transmedia, como espacio web o estrategia comunicativa basada en web, es decir, el desarrollo de múltiples documentos que presentan la información en distintos formatos y de las propuestas en forma de instalación, en un espacio físico, haciendo uso de los medios, al mismo tiempo, como formato de expresión y como canal de comunicación, en la clasificación realizada por Ryan (2016), desde la perspectiva de la comunicación más que desde el entretenimiento.

² “Con el término *performance* se hace referencia a una serie de tradiciones artísticas que tienen en común la acción, llevada a cabo bien por un único ejecutante o bien por una serie de ellos. En la *performance* se dan cita diversos medios, tomando prestados elementos del teatro (narrativo y no narrativo), del arte visual, de la música experimental y del video arte. Su naturaleza se asemeja a la del arte conceptual, al suplantar el concepto al objeto como la esencia del material artístico. En función de la finalidad expresiva del intérprete las lecturas son múltiples” (Rockwell y Cowger, 2014, en Pozo Miranda, 2014, p. 43).

³ Consultado en http://www.eldiario.es/cultura/Paula-Ortiz-revulsivo-intenso-transformador_0_527747748.html

3. Guías rápidas, de la competencia digital a la movilización del conocimiento

Desde esta preocupación por producir contenidos más conectados con lo artístico, más conectados con lo gráfico en este caso, hemos desarrollado tres guías que responden a una filosofía que busca compartir, crear red, generando un conocimiento compartido que facilite distribuir, transformar y disfrutar de ese proceso.

Estas guías rápidas⁴ (ver *Figura 1*) tienen su origen en algunos trabajos llevados a cabo por miembros del Grupo de investigación In-ParES de la Universidad de Cantabria (Susinos, 2017). Para esta comunicación queremos presentar la guía titulada: “Guía rápida para elaborar productos audiovisuales: investiga y documenta” (Ruiz-López, 2017).



Figura 1. Las tres guías rápidas se refieren a tres temáticas: audiovisuales (Ruiz-López, 2017), participación (Ceballos-López, 2017) y prácticas (Saiz-Linares, 2017).

El desarrollo de esta guía ha tenido en cuenta algunas claves para el cuidado del formato final recogiendo la propuesta de Anderson y McLachlan (2015) para desarrollar una estrategia de movilización de conocimientos basada en lo *transmedia*, la creación de puentes y la estructuración del conocimiento en capas que explicaremos más adelante. En este caso, hemos realizado una adaptación a nuestras necesidades añadiendo un elemento creativo, conectado con lo estético y la expresión en otros lenguajes, en este caso en un lenguaje gráfico, como un proceso planificado para acceder y conectar con colectivos o

⁴ Puede descargar las guías en el apartado recursos de la web: <http://inclusionlab.unican.es>

audiencias más ajenos a los medios de divulgación científica tradicionales (revistas, conferencias, congresos, etc.) y también más reflexivo como nos exige la dimensión ética a la que hemos aludido anteriormente. Esta estrategia la hemos definido en tres ejes:

1. Comunicar de forma accesible y flexible, buscando favorecer la posibilidad de transformar, de adaptar, de inspirar en otros contextos.
2. Comunicar estéticamente a través de un ejercicio creativo, de la presentación gráfica y la selección de fotografías.
3. Narrar y conectar con la audiencia. Exponernos a la experiencia de aprendizaje que supone pensar en cómo narrar el proceso, como organizar y estructurar el conocimiento, y cómo conectar con la audiencia.

A continuación, desarrollamos estos tres puntos anteriores.

a. Accesibilidad y flexibilidad, favorecer la posibilidad de transformar y adaptar

Anderson y MacLachlan (2015) plantean la importancia de construir puentes entre distintas comunidades de conocimiento, invitar a personas con diferente posición política, sensibilidad e intereses. Para ello proponen usar palabras clave, ejemplos y metáforas para capturar la atención de distintas comunidades. Nuestra guía, como producto, también recoge esta propuesta para “capturar” o invitar a aquellas personas que se encuentran más alejadas de lo técnico a experimentar con el desarrollo de productos audiovisuales, es por ello que se dedica tiempo a exponer la metáfora de ‘aprender a cocinar’ para explicar la importancia la experiencia en el proceso de aprendizaje. Ejemplos escogidos en su mayoría de la experiencia audiovisual accesible online. Un fragmento de la guía que recoge estos dos elementos es este:

Polley [2012] nos cuenta una historia, un descubrimiento que merece ser contado y al mismo tiempo cómo la quiere contar, en el orden que quiere contárnosla. En este caso Polley saca de la nevera los ingredientes y los procesa delicadamente con un tratamiento personalizado. Los ingredientes cuentan cosas, pero hay una historia detrás que está macerando... las texturas, los sabores, añaden cuerpo al producto final acompañando o contrastando sabores. Las imágenes y la narración suman (Ruiz- López, 2017).

Por otro lado, estos mismos autores nos señalan la importancia de disponer la información en capas que ayudan a comunicar el conocimiento presentándolo en distintos niveles de detalle o complejidad. Esta pauta puede observarse en nuestra guía en

el esquema de exploración donde se muestra de forma escalonada, a través de capas de menor a mayor complejidad técnica y formal de dentro a fuera, de lo básico a lo complejo. Quien explora el esquema puede acceder a distintos niveles de complejidad explorando el contenido mostrado en distintos escalones, en distintas capas, en la capa más profunda, en el centro se encontraría el contenido más básico y en la capa superior el contenido más complejo, situado en la periferia del esquema.

Estos dos elementos anteriores nos dan una idea de la preocupación en su diseño por la accesibilidad, por hacer público y apto para todos los públicos el contenido de la guía. En este sentido, la accesibilidad de la guía está limitada en algunos aspectos dado que no se presentan todos los posibles formatos que otorgarían accesibilidad universal a su contenido, no obstante, la elección de la licencia Creative Commons⁵: reconocimiento, no comercial, sin obra derivada, bajo la que está publicada, posibilita la transformación y adaptación a distintos colectivos (por los propios protagonistas) siempre y cuando se respeten los términos y condiciones de la licencia.

Ese es también un proceso de aprendizaje de cada colectivo al que queremos invitar, la pregunta a responder: ¿qué podría ayudar a nuestro colectivo a ser visto y escuchado? ¿Cómo podemos llegar a más personas?

Por último, estos mismos autores también apuntan la necesidad de revestir las publicaciones más técnicas o académicas con productos multimedia (desde lo *transmedia*) que tratan de ayudar a acercarse al contenido desde otros formatos, de darlo a conocer en distintos medios.

En relación a esto, queremos comentar la importancia de realizar un esfuerzo por generar desde esta guía un espacio interactivo que conecte con otros elementos que amplían la información a través de enlaces interactivos a los que se puede acceder en formato digital. La guía está pensada para que sea una aportación práctica para personas con distinto bagaje, con distinta experiencia en la producción de productos audiovisuales.

⁵ Puede consultarse la licencia aplicada en el siguiente enlace: https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es_ES

Al mismo tiempo, se ha cuidado también la difusión a través de distintas plataformas (ver *Figura 2*): la web propia del proyecto <http://inclusionlab.unican.es> y las redes sociales (Twitter y Facebook).



Figura 2. Difusión a través de distintas plataformas.

b. Ejercicio creativo: presentación gráfica, selección fotográfica

En este caso, el esfuerzo creativo ha recaído también en el equipo, consecuentes con la invitación a explorar lo audiovisual, quien se responsabiliza de la producción de la guía se ocupa también del diseño gráfico, de la disposición del contenido y de la selección y producción de imágenes. La experiencia de la guía está también pensada desde lo estético, ¿qué acceso a la guía desde lo visual tendrá quien la visita, imprime, subraya, tacha, garabatea...? En el diseño de la guía también hemos querido pensar sobre esto... ¿Cuál será la forma de uso de quien consulte la guía? ¿Qué le permito? ¿A qué invito? ¿Dónde dejo hueco? ¿Cómo encontrará su aspecto?

La opción apaisada (ver *Figura 3*) quiere también invitar a explorar lo audiovisual, el formato horizontal se acerca más al modo en que exploramos el espacio con la mirada, nuestro campo de visión, que es más limitado en la exploración vertical que en la horizontal. Esta opción nos da la oportunidad de jugar con el espacio para maquetar el contenido en una, dos, tres, o más columnas conviviendo con las imágenes. Este formato

está pensado para jugar con el espacio, agrupar contenido, escalonar, disponer frases, imágenes... quiere ser un ejemplo de un juego de composición que facilite el acceso al contenido: agrupar, establecer relaciones de color, disponer columnas, romper la norma de la columna única que aparece en este texto.

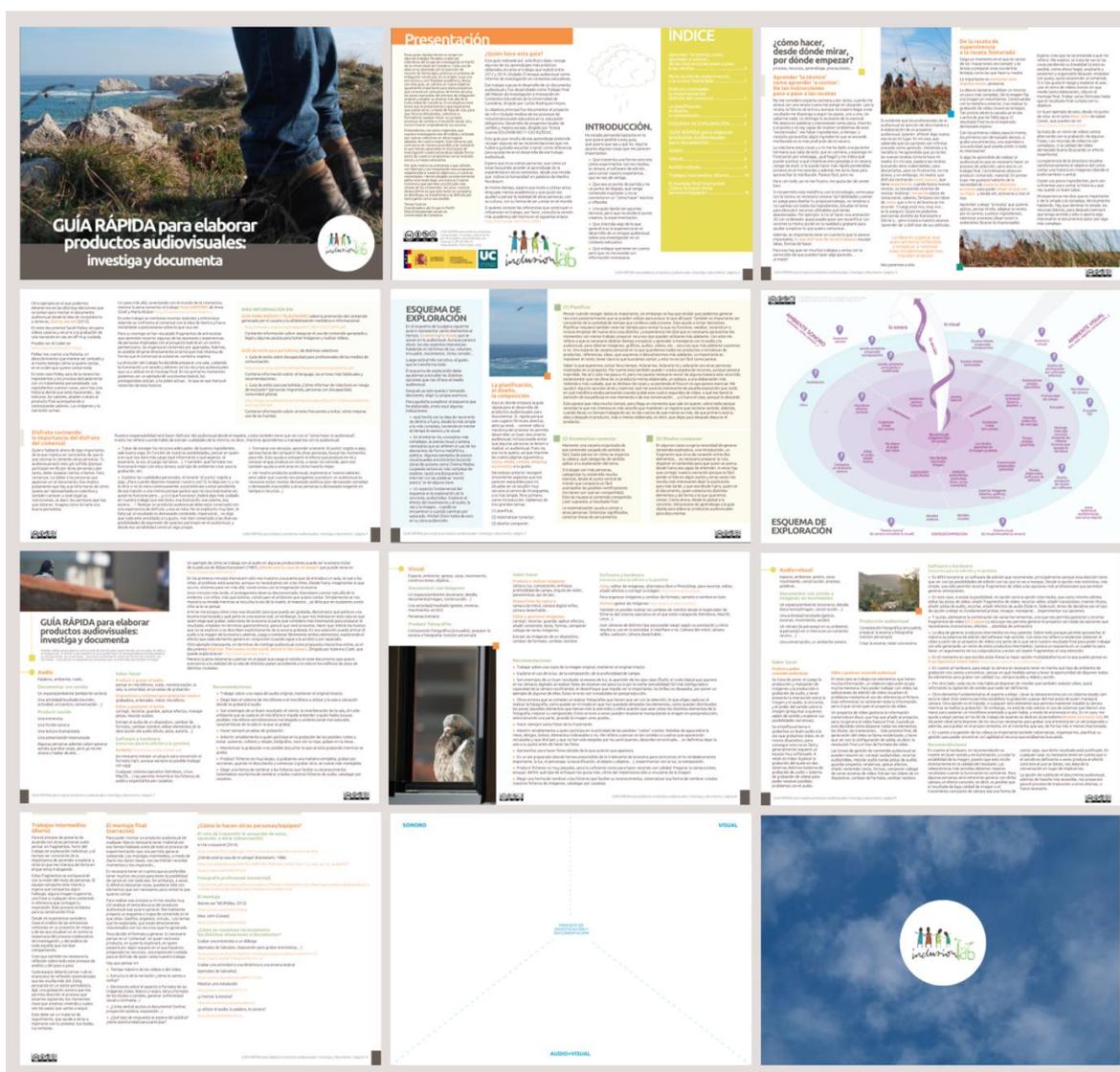


Figura 3. Composición de las páginas de la guía.

Las imágenes escogidas también hablan de ello, de lo cotidiano, de lo accesible, del esfuerzo por mirar algo distinto, de la reflexión sobre lo familiar, lo que no nos solemos preguntar. Nos invitan también a preguntarnos: ¿qué pensarán sobre las imágenes quienes se acerquen a esta guía? Nuestra intención no ha sido alejar a aquellos que se acercan,

huimos de una imagen profesional, de agencia, de un escenario falso, unos personajes ‘modelo’. Más bien los personajes son escogidos por su cercanía, en este caso, hemos seleccionado imágenes para dos bloques diferenciados:

- Introducción: el camino. En las primeras imágenes (ver *Figura 4*) nos encontramos con unas botas que quieren despegar del suelo, caminantes y un pájaro en vuelo, todo ello pretende elicitarse la idea de ponerse en marcha, de saltar, de motivarse por descubrir...



Figura 4. Primeras imágenes de la guía (introducción).

- Guía rápida: educar la mirada y detenerse en lo sonoro. En las siguientes imágenes (ver *Figura 5*) el personaje protagonista se trata de un animal común, la paloma, elegido por ser un elemento sonoro en el tejado, el gorjeo constante, por eso aparece en segundo plano, o en primer plano si queremos remarcar su mirada, lo visual, el retrato, en tercer lugar, la imagen que quiere aunar lo visual y lo sonoro muestra un ambiente sonoro, un río al atardecer, un ambiente incompleto, para expresar la ausencia de lo sonoro: quiere invitar a escuchar.



Figura 5. Resto de imágenes de la guía.

Por último, la contraportada de esta guía recoge también esa intencionalidad, elicitando la disposición al salto: el cielo, el aire, alcanzar las nubes.

Anderson y McLachlan (2015) nos invitan a realizar una propuesta *transmedia*, a contar la historia de nuestra investigación en distintos formatos, a expresarlo a través de infografías, post en blogs, o redes sociales y difundir vía Twitter, a mostrarla en congresos y seminarios. Nos invitan a describir la investigación a través de múltiples plataformas para involucrar a mayor audiencia. Este esfuerzo creativo nos facilita la difusión en distintos formatos, pero no nos da claves para contarlo bien, necesitamos dar un paso más.

c. Narrar y conectar con la audiencia

Saber contar, narrar la historia que queremos contar, requiere también un ejercicio reflexivo que combina los dos apartados anteriores, es la costura que une lo expuesto con el contenido. Para conectar con la audiencia es necesario también haber pasado por un proceso de depuración, hemos trabajado en equipo para tratar de encontrar lo que no se entiende, las palabras opacas o confusas, la disposición errónea. Este proceso nos permite no perder el hilo de esta historia. La estructura de la guía ha dado algunas vueltas, ¿por qué es así? ¿Y por qué ese orden? ¿Por qué es tan amplia la introducción? ¿Por qué tarda tanto en llegar el esquema de exploración y la guía rápida? Todos estos aspectos están meditados y resueltos con mejor o peor fortuna, a través del diálogo en el equipo. Por otro lado, el contenido de esta guía es un contenido vivo⁶ que puede y debe adaptarse con sugerencias de otras personas o tecnologías, añadiendo recursos o aclaraciones, lo que facilitará la conexión con las distintas audiencias.

4. Conclusiones

Hemos visto aquí el proceso de desarrollo de la ‘Guía rápida para la elaboración de productos audiovisuales’ (Ruiz-López, 2017) teniendo en mente la importancia de la movilización de los conocimientos, como un ejemplo práctico del desarrollo de un ejercicio de mejora de la competencia digital en el ámbito universitario. La conclusión de este trabajo nos ha permitido confrontar con la práctica, es decir, examinar de primera mano las

⁶ Puedes aportar sugerencias a través de nuestra cuenta en Twitter [@inclusionlabUC](https://twitter.com/inclusionlabUC) o a través del correo electrónico inclusionlab@unican.es

decisiones que se toman durante todo el proceso. Un trabajo como el de esta guía ha permitido organizar el contenido para poder presentarlo, introducirlo, remarcar lo interesante, mantener referencias comunes.

En relación a la competencia digital, todas las pequeñas tareas suman, nuestras reflexiones sobre la composición, la selección y producción de fotografías, la creación de plantillas para emitir mensajes en Twitter, la maquetación de imágenes resumen... todo este trabajo nos ha permitido revisar los aspectos menos intuitivos de esta tarea.

Entre las posibles mejoras, una vez realizado el proceso, está la de pensar al mismo tiempo en la movilización de su contenido por diversos canales, generar un proceso de ida y vuelta es un aspecto importante y que puede ser impulsando recabando la opinión desde diversos colectivos. No obstante, la elección del tipo de licencia que permite generar trabajos de remix para uso personal nos permite imaginar escenarios en los que el contenido de la guía sea reformulado, adaptado y enriquecido con otros elementos de otras fuentes. Aún es pronto para conocer el alcance de esta guía, pero esperamos que su contenido sea recibido positivamente.

Referencias

- Anderson, C. R. y McLachlan, S. M. (2015). Transformative research as knowledge mobilization: Transmedia, bridges, and layers. *Action Research*.
- Ceballos López, N. (2017). *Guía rápida para promover la participación en las escuelas*.
- Grupo In-ParES. Universidad de Cantabria. Disponible en: http://inclusionlab.unican.es/guias/GUIA_RAPIDA_NoeliaCL.pdf
- Luna, D. (2016). El lugar de la estética en la reflexión mediológica actual. En *Actas del I Congreso Internacional Comunicación y Pensamiento. Comunicar y desarrollo social* (388-399), Sevilla: Egregius. Disponible en: <http://hdl.handle.net/11441/50521>
- Naidorf, J. (2014). Knowledge Utility: From Social Relevance to Knowledge Mobilization. *Education Policy Analysis Archives*.
- Parrilla, Á.; Raposo-Rivas, M. y Martínez-Figueira, M. E. (2016). Procesos de movilización y comunicación del conocimiento en la investigación participativa. *Revista de Ciencias Humanas y Sociales, Vol. 12*.
- Polley, S. (2012). *Stories we tell*. Canadá.
- Pozo Miranda, M. (2014). *John Cage (1912-1992) y los fundamentos de la experimentación artística a través de Water Walk*. Trabajo Final de Máster. Universidad de Cantabria. Disponible en <http://hdl.handle.net/10902/5127>

- Ruiz-López, J. (2017). *Guía rápida para elaborar productos audiovisuales: investiga y documenta*. Grupo In-ParES. Universidad de Cantabria. Disponible en: http://inclusionlab.unican.es/guias/GUIA_RAPIDA_JuliaRL.pdf
- Ryan, M.-L. (2016). Narratología transmedial y transmedia storytelling. *Artnodes: Revista de Arte, Ciencia y Tecnología*, 18(18). <https://artnodes.uoc.edu/articles/abstract/10.7238/a.v0i18.3049/>
- Saiz Linares, Á. (2017). *Guía rápida para tutorizar a estudiantes de prácticas educativas*. Grupo In-ParES. Universidad de Cantabria. Disponible en: http://inclusionlab.unican.es/guias/GUIA_RAPIDA_AngelaSL.pdf
- Susinos Rada, T. (2013). Desde el mismo lugar no vemos lo mismo. Investigar la participación de los estudiantes como un proceso multivocal. *Revista de Investigación En Educación*, 3(11), 120-132.
- Susinos, T. (31 de mayo de 2017). *Guías rápidas*. Santander, España: Co-laboratorio de inclusión. Recuperado de <http://inclusionlab.unican.es/category/recursos>