



LABORATORIO DE MEDIOS Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN LA EDUCACIÓN SOCIAL

Media Lab como experiencia de innovación social y digital

Media Lab and Citizen Participation in Social Education

JOSÉ MIGUEL GUTIÉRREZ PEQUEÑO

Universidad de Valladolid, España

KEYWORDS

*Media lab
Social Education
Digital Culture
Citizen Participation
Social Innovation*

ABSTRACT

Social media labs, as spaces for experimentation, have become one of the main mechanisms of innovation today. In this framework, media labs emerge as a type of laboratory focused on experimentation with technologies and media and evolve, with the development of the digital society, towards citizen mediation and social innovation laboratories.

PALABRAS CLAVE

*Media lab
Educación social
Cultura digital
Participación ciudadana
Innovación social*

RESUMEN

Los laboratorios de medios sociales, como espacios de experimentación, se han convertido en uno de los principales mecanismos de innovación en nuestros días. En este marco, los media lab surgen como un tipo de laboratorios centrados en la experimentación con tecnologías y medios de comunicación y evolucionan, con el desarrollo de la sociedad digital, hacia laboratorios de mediación ciudadana e innovación social.

Recibido: 21/ 07 / 2022

Aceptado: 20/ 09 / 2022

1. Introducción

Los laboratorios de medios sociales (Pascale, 2018) se caracterizan por ser un nuevo dispositivo institucional surgido para medir la temperatura social y convertir las protestas en propuestas. En este sentido, son un mecanismo que presenta una doble potencialidad: por un lado, permite identificar nuevos temas sociales a los que las instituciones por sí solas no llegarían y, por el otro, facilitan una forma alternativa de trabajar tanto esas problemáticas como las que ya se encuentran en la agenda política. Esto hace de los laboratorios un instrumento interesante para aportar soluciones a la intervención social desde la propia ciudadanía.

Los laboratorios o labs constituyen espacios para la generación y experimentación de ideas, así como para el desarrollo de prototipos, generando un conjunto de prácticas y formas de producción que le son propias. Los media labs están contruidos principalmente bajo la concepción de producción de conocimiento, donde a través de una práctica que parte de la experimentación, se obtiene como resultado un nuevo conocimiento con el objetivo de socializarlo rápidamente.

Como afirma Hassan (2014) los social media labs son plataformas ideadas para abordar retos que se definen, en primer lugar, por su carácter social, congregando gente con distintas características y enfoques para trabajar de forma colectiva; en segundo lugar, por su carácter experimental, en tanto que procesos de creación continuados en el tiempo; y, por último, por su carácter sistémico, trabajando en la generación de prototipos que puedan resolver los retos propuestos.

Los media labs se construyen sobre el concepto de innovación social. Esta se define como el desarrollo y la implementación de nuevas ideas (productos, servicios y modelos) que satisfagan las necesidades de la comunidad y creen nuevas relaciones y colaboraciones sociales (European Commission, 2013). La innovación social va más allá del emprendimiento social, atendiendo a las estrategias, tácticas y teorías de cambio, ya que activan la participación ciudadana en el desarrollo de soluciones compartidas (Phills, Deigmeier y Miller, 2008).

La rápida democratización de la tecnología ha hecho que los media labs hayan pasado de presentar un perfil tecnológico a adoptar una perspectiva social (Tanaka, 2011). Más recientemente se suman al complejo panorama de laboratorios nuevas formas como son los hacklabs, makespaces, fablabs, citylabs, etc.

Los media labs o centros experimentales de cultura digital promueven la co-creación, generan pensamiento colaborativo y vinculan múltiples inteligencias con sus experiencias, sentires, estéticas y conocimientos, en una dinámica lúdica e innovadora en la generación de procesos y productos, desde una investigación contextual y aterrizada en la problemática cotidiana para entregar soluciones prácticas, rápidas y de bajo coste con uso de tecnología social y digital (Gutiérrez et al., 2017). Estos laboratorios sociales son las nuevas aulas sin muros donde la libertad y la creatividad constituyen los ejes de la innovación, basados en la prueba y el ensayo, donde el error es lo que se busca para conocer mejor la realidad y el pasado construye el futuro en el presente.

Mientras el mundo se mueve de manera vertiginosa, las universidades han transformado poco las lógicas de operación y su estructura organizativa heredadas del medievo. Sin embargo, en algunas instituciones se está replanteando la refundación del modelo de universidades que necesitamos para dar respuesta a la realidad contemporánea. Las apuestas más disruptivas proponen universidades sin infraestructura, universidades sin currículum o universidades en las que la cooperación para la solución de problemas sea el eje que guía el aprendizaje. A pesar de ello, siguen siendo escasas las propuestas desde la estructura académica, la administración o las formas de validación, que rompen con los modelos dominantes de producción de conocimiento.

El papel de las universidades, con grados centrados en temas vinculados con innovación social, puede ser un factor fundamental en el desarrollo social. Es clave la transformación de centros tradicionales en espacios de diálogo, en ecosistemas creativos, simultáneamente dedicados a la reflexión y al debate, a la investigación y a la producción, a la formación y a la socialización (Ruiz y Alcalá, 2016).

Esa llamada a derribar muros e ir hacia la búsqueda de otros mundos fuera de la universidad coincide con Kristof (2014) que interpela sobre las acciones necesarias en las unidades académicas para enfrentarse a la distracción que la estructura institucional les impone. Es decir, equilibrar la cuantificación de papers, de validación entre expertos con la experimentación y la cercanía con otros objetos de estudio. Este reclamo debe ser un imperativo en estos tiempos en los que, tanto a nivel local como global, nos enfrentamos a la incertidumbre tras la pandemia del Covid-19.

En ese sentido, las nuevas modalidades de democratización de la tecnología y conocimiento en los laboratorios y la práctica del prototipado son relevantes en un contexto de transdisciplinariedad, de emergencia de nuevos métodos de investigación y de la necesidad de ser creativos a la hora de procurar recursos (tangibles e intangibles) para la generación de conocimiento colectivo.

Proponemos pensar el laboratorio de medios como una apuesta, un prototipo o modelo de lab que aborde la transformación de los procesos de producción de conocimiento, la reformulación de las instituciones universitarias y el papel de las Humanidades para incidir en los procesos sociales desde la defensa del procomún (Lafuente y Lara, 2017) como expresión local y situada de una capacidad de resiliencia.

Siguiendo esta línea, un prototipo es un producto tentativo, provisional, incompleto, experimental, abierto. Prototipar no es tanto encontrar soluciones como asegurarse de que se comprenden bien los problemas o, en

otros términos, que hemos sido lo suficientemente críticos como para explorar las consecuencias de nuestros diseños y para asegurarnos que hemos tomado en cuenta casi todos los puntos de vista posibles (Lafuente y Cancela, 2011).

Por todo ello, los laboratorios cumplen una función esencial en la educación. Su potencial didáctico es alto porque abogan por el desarrollo de una visión activa del estudiante en los procesos de aprendizaje como unidades para el descubrimiento e impulso de nuevas ideas (Salaverría, y Sádaba, 2013). En las universidades abren espacios para la experimentación con tecnologías digitales y son lugares donde se busca deconstruir y criticar las maneras en que dichas tecnologías operan dentro de la sociedad (Schmidt y Brinks, 2017).

A través de este ejercicio de reflexión buscamos argumentar que los laboratorios de medios son plataformas que permiten habilitar procesos creativos y productivos para la transformación social e institucional a partir de la disrupción en los procesos de producción de conocimiento asociados a la defensa de los bienes comunes. No hay un modelo ni formato único de laboratorio, sin embargo, consideramos que desde las universidades es importante rescatar la vocación de experimentación propia de la innovación para transformar la cultura académica, el entorno y las comunidades.

2. Objetivos

Planteamos en nuestro estudio investigar acerca de la puesta en marcha de un proyecto denominado “Laboratorio de medios para jóvenes en tiempos de pandemia” como un ejemplo de creación de contenidos que combinan la multimedialidad (imágenes, vídeo, texto, audio) con el desarrollo de culturas participativas para que el alumnado pase de ser mero consumidor a coproductor de la narración, generando nuevas oportunidades para el desarrollo social, cultural y profesional. Para ello proponemos los siguientes objetivos:

1. Examinar los laboratorios de medios a partir de la producción, investigación y difusión de proyectos socioeducativos que exploren nuevas formas de experimentación creativa y de aprendizaje colaborativo surgidos dentro de entornos universitarios en el ámbito de la sociedad hiperconectada.
2. Estimular proyectos sociales de innovación y ciudadanía desarrollados en la universidad, ofreciendo plataformas abiertas de colaboración entre el alumnado y agentes sociales para potencia el saber cómo un bien común.

3. Metodología

El estudio realizado se puede considerar una investigación de corte biográfico-narrativa, pues el foco de atención se centra en la exploración de las producciones tecnomediáticas (en sus diferentes formatos) a través de las que los futuros educadores conforman modos de actuar y configurar sentidos en el entorno hiperconectado (Denzin y Lincoln, 2015). En el caso de las relaciones entre tecnología, participación y medios de comunicación partiremos de las referencias ofrecidas por Sola Morales (2012) cuando relaciona las narrativas tecnomediáticas con aquellos relatos que circulan en los medios de comunicación y que nos proponen diversas representaciones e imágenes sobre la identidad. Sin embargo, esta noción de orden cognitivo debe ser complementada con una visión más pragmática que considera las narraciones digitales como formas de acción socialmente determinadas, performances socialmente situadas, modos de actuar y dar sentido al mundo (Denzin y Lincoln, 2015).

Las categorías de investigación (issues) del estudio se definen de la siguiente manera:

- Habilidades en la producción e intercambio de saberes en contextos múltiples centradas en analizar las relaciones que existen entre la enorme aceleración social, cultural y tecnológica de una sociedad en permanente transformación y la institución universitaria como espacio para la formación de la ciudadanía.
- Aprendizajes en los centros universitarios hiperconectados, repensando los vínculos entre la enseñanza superior y los contextos sociales, e indagando en las arquitecturas horizontales de participación y en metodologías alejadas de los modelos estandarizados.

El proceso de investigación se llevó a cabo durante el segundo semestre del curso académico 2020/21 en el marco de dos asignaturas pertenecientes al Grado de Educación Social en la Universidad de Valladolid: Participación Ciudadana (formación básica) y Medios de Comunicación Social (optativa), de tercer y cuarto curso respectivamente, ubicadas en la Facultad de Educación de Palencia.

Al mismo tiempo, y dado que nuestra investigación pretendía analizar la experiencia social mediada por las tecnologías digitales y los social media, nuestra indagación no solo se centraba en el ecosistema mediático, sino también en la oportunidad de utilizar la red como herramienta de investigación (Ardévol et al., 2008), por lo que usamos la etnografía digital (Hine, 2004) como un mecanismo que nos permitiera examinar las relaciones entre los ámbitos virtuales y presenciales, comprendiendo además que la aparición de la radio, la televisión, el ordenador, los smartphones, Internet, buscadores, web, e-mail, redes sociales, etc., han influido y mediado en las interrelaciones personales. Por ello, el estudio incluye la recogida y análisis de los aspectos vinculados a la realidad analógica y presencial del aula, así como de los elementos de la docencia y la realidad virtual/digital de los participantes.

Las técnicas de investigación utilizadas responden a las complejidades propias de la etnografía digital: 1) análisis documental de los vídeos de los media labs, referido a las producciones audiovisuales que han ido realizando los futuros educadores sociales en formato digital, junto con los textos reflexivos de los mismos; 2) observaciones de aula realizadas por un observador externo que ha estado presente en las dos aulas analizando la dinámica de trabajo en el proceso de realización de los laboratorios de medios.

Para la codificación y categorización de datos hemos seguido procedimientos sistemáticos y exhaustivos en los que gradualmente se ha buscado generar comprensiones sobre el objeto de estudio. Por un lado, el mapeo conceptual de las representaciones gráficas y audiovisuales nos ha permitido proceder a la representación de conocimientos de forma visual, enlazando conceptos afines en la interpretación de datos (Simons, 2009). Por otro lado, el análisis de narraciones y vídeos; se centra no solo en lo que las personas dicen y en su descripción de una serie de acontecimientos y actores claves en los procesos estudiados, sino también en cómo lo dicen y por qué lo dicen. Las narraciones nos permiten compartir el significado de la experiencia para los participantes en los casos seleccionados (Gibbs, 2012).

Finalmente hemos tenido en cuenta una serie de criterios éticos en el trabajo de campo como son la negociación, el consentimiento informado, la implicación de los participantes en la identificación y clarificación de los temas, la confidencialidad y anonimato. Asimismo, hemos utilizado las propuestas de Charmaz (2006) para evaluar la calidad de la investigación en términos de credibilidad y verosimilitud en el proceso de análisis e interpretación de los datos.

4. Resultados

4.1. El diseño de prototipos de innovación social y ciudadana en los Laboratorio de Medios

El desarrollo de proyectos en un media lab se lleva a cabo con la metodología del prototipado. El prototipo es el modelo inicial de un objeto creado para testear un concepto o diseño (Blackwell y Manar, 2015). Por lo tanto, los prototipos no pretenden ser versiones perfectas del producto final, sino un modelo temprano. Su objetivo es perfeccionar procesos y elementos antes de ser implementados a gran escala. El prototipo siempre es potencial pero pragmático; en un media lab, para llegar a su versión más avanzada se trabaja mediante creatividad, aplicación de conocimientos y experimentación. Esta experimentación conlleva pruebas de ensayo y error, análisis de errores y rediseño, es decir, el prototipado es una metodología de aprendizaje-producción.

Concebimos el media lab como un espacio abierto de experimentación, provisto de tecnología útil para materializar proyectos y donde se produce innovación a través de prácticas de creación y diseño. Son entornos que favorecen el pensamiento creativo y el debate ideológico, a la vez que presentan una clara orientación al hacer, y más específicamente, al hacer con los otros, el alumnado del Grado, puesto que el potencial productivo individual se amplifica cuando se producen encuentros colectivos para diseñar y crear conjuntamente. Las prácticas de prototipado son fundamentales en el proceso de innovación, puesto que el prototipo representa las diferentes tentativas de respuesta (también las fallidas) que se ensayan durante el proceso.

En un laboratorio clásico se produce conocimiento a partir de muchas cuestiones claramente definidas: qué variables son el objeto de la experimentación, cómo se medirán, quién o qué será los sujetos, qué papel tendrá cada investigador en el proceso... En un laboratorio de medios sociales el conocimiento se produce a partir de muchas incertidumbres iniciales: todo está abierto, desde las personas que participarán en la co-creación de ese conocimiento, los roles que asumirán durante el proceso (que pueden ser cambiantes en el tiempo), las derivas que puedan tomar las acciones participativas y hasta el propio conocimiento que se coproduzca.

Un media lab no concentra metodológicamente sus esfuerzos solo en generar un prototipo útil que sea unas propuestas de solución a un problema concreto. En este sentido, la importancia de los media labs no puede medirse solo en términos de resultados (outputs), sino también, y de manera fundamental, en la variedad de impactos (incomes) que genera. Un media lab trabaja de forma estratégica; en el plano de una triple transformación sistémica: en el alumnado, en la institución académica y en la intervención social.

El aprendizaje es una dimensión sustancial del prototipado ya que, como método de producción, permite aprender más rápido que con otros métodos ya que puedes equivocarte antes, permite fallos más pequeños (que en la producción a gran escala) y, por lo tanto, errores más controlados. Aprender tempranamente de estos errores activa un ciclo iterativo de rediseño y testeo.

En los laboratorios, la gente suma, crea comunidad, propone desde abajo y en horizontal, desde el procomún, donde el debate siempre es una actividad política de discusión sobre el bienestar social, pero sin olvidarse de las estéticas en constante construcción. Los media labs son espacios de generación asociativa espontánea y, por ello, su configuración como comunidad no es sencilla.

Los media labs se sitúan en un lugar simbólico de tensión ya que facilitan que el alumnado tenga un papel más activo en los procesos de producción del conocimiento, a la vez que mantienen esquemas asociados a los laboratorios clásicos (pero dando respuestas muy diferentes, eso sí). Por todo ello son entendidos también como entornos abiertos y distribuidores de experimentación e innovación colectiva.

4.2. Media Labs en el entorno universitario y ciudadanía participativa

Los media labs, enmarcados en un paradigma de la innovación social y abierta, son un campo de creciente interés, tanto en la comunidad académica como fuera de ella. Entendemos, por un lado, la innovación social como una forma de alcanzar una solución novedosa para un problema social que sea más eficaz, eficiente y sostenible y, por otro, como la apertura de la innovación a todos los agentes interesados para que el conocimiento circule libremente y se transforme en productos y servicios que creen nuevos mercados, fomentando una cultura del emprendimiento más sólida. El proyecto descansa también sobre la base de la cultura participativa de la web 2.0 y de la innovación social digital. Busca integrar el conocimiento distribuido en la sociedad para promover el desarrollo de proyectos de transformación co-creados por una pluralidad de actores sociales, destacando el papel protagonista de la ciudadanía. El Laboratorio para jóvenes en tiempos de pandemia en el Grado de Educación Social pretende funcionar como un instrumento de visibilización y fortalecimiento de las iniciativas ya existentes, así como de impulsor de aquellas que emergen.

El objetivo es reunir iniciativas que comparten una serie de valores, intereses y problemáticas en común, con independencia de su origen público, privado o en los movimientos sociales, de su aparición en pequeños o grandes núcleos urbanos, o de su surgimiento como entidades nuevas o como espacios de transformación dentro de organizaciones ya asentadas.

La cibercultura trabaja y se fundamenta en el conocimiento compartido y en la creación colaborativa, apoyadas por la tecnología para crear y potenciar redes. Los media labs o centros experimentales de cultura digital, promueven la co-creación, generan pensamiento colaborativo y vinculan a las múltiples inteligencias con sus experiencias, sentires, estéticas y conocimientos, en una dinámica lúdica e innovadora en la generación de procesos y productos, desde una investigación contextual y aterrizada en la problemática cotidiana para entregar soluciones prácticas, rápidas y de bajo coste con uso de tecnología social y digital.

Estos laboratorios donde se prueba tecnología y se arman prototipos, no tienen un fin tecnológico sino social, ya que por medio de las actividades propuestas se ponen a prueba la generación de comunidad y su mantenimiento. Por ello, los laboratorios de medios son la mejor forma de construir conocimientos en las aulas, pues se parte de un análisis de contextos variados para poder generar un prototipo, es decir, se usan métodos cualitativos y cuantitativos para poder establecer una hipótesis y probarla con el grupo de incidencia o la comunidad donde va a ser desarrollada la acción, ya que todo proceso comunicativo tiene incidencia para cambiar la realidad, no solo para describirla.

Esto permite tener un verdadero trabajo multidisciplinar y colaborativo dejando de lado el pensamiento único y estableciendo relaciones sociales perdurables, pues el laboratorio forma parte de la comunidad y viceversa. Es así; como desde las periferias digitales y mediáticas; se pueden acortar muchas brechas sociales y conseguir algo importantísimo para las universidades, su vinculación social en la producción de conocimiento.

Los laboratorios de medios son espacios de indefiniciones y de cuestionamiento, sí, pero el conocimiento no se coproduce de forma improvisada. En estos media labs, al igual que en los laboratorios tradicionales, se emplean metodologías concretas, se desarrollan ciertos modelos de organización y se identifican determinadas prácticas. Son espacios en los que se coproduce colaborativamente conocimiento, donde se visibilizan prácticas colaborativas de intercambios y se comparten datos e información. En ellos la figura central del proceso de innovación son los usuarios, un término que tiende a sustituirse por el público, las comunidades o colectividades. En los laboratorios de medios lo comunitario y lo doméstico se hibridan, lo aprendido gracias a un hobby puede convertirse en una contribución muy valiosa, en un foro público de discusión y la creatividad colectiva desarrollada en un media lab puede impactar fuertemente en el bienestar privado.

5. Discusión

Los laboratorios de medios son espacios ciudadanos de reflexión y trabajo que pertenecen a la categoría de movimientos de innovación de base. Su constitución es propia de este tiempo, en el que las personas ejercen su derecho a hacer; en base al desarrollo de propuestas de acción directa relacionadas con sus motivaciones, intereses o situaciones que les afectan. Su objetivo no se centra en la construcción de saberes para poder ser transmitidos, sino en proponer acciones ciudadanas que puedan dar soluciones a problemas que les afectan directa o indirectamente. En los laboratorios, las tecnologías digitales son recursos de alto valor para visibilizar sus propuestas, ya sea como elementos de comunicación, acceso y difusión de información, o en forma de herramientas de diseño y fabricación digital; que permiten el desarrollo de prototipos de soluciones a problemas.

Al laboratorio todos vamos a producir, en equipo, generando comunidades, mezclando saberes. El media lab debe ser un espacio de acogida en conexión con el mundo que no rodea, de modo que el trabajo resultante sea significativo y transformador. Las formas de trabajo han de ser de código abierto para aprovechar el trabajo de otros y que otros puedan construir sobre el nuestro.

Los laboratorios son espacios de creación; propios de usuarios avanzados, en los que se realizan prácticas relacionadas con la innovación abierta. Las dinámicas suelen asociarse a una metodología de trabajo colectivo

interdisciplinar. Los proyectos y producciones abarcan un amplio abanico que van desde formas de activismo social hasta la producción de objetos relacionados con la tecnología.

A partir de la práctica de compartir en una comunidad, donde el nosotros es importante, pues las experiencias no son individuales sino colectivas, esos fracasos fugaces son su currículum de vida y experiencia frente al mundo, para iniciar el trayecto a partir de la práctica errónea y conseguir un logro.

Desde esta perspectiva, probar y experimentar para equivocarse y lograr un aprendizaje más real y contextualizado es primordial para esta generación. Por ello, los estudios formales deben cambiar y convertirse en espacios donde se pongan a prueba la creatividad de los estudiantes; donde la innovación en la generación de soluciones privilegie el proceso y no la finalidad, y que su alcance sea comunitario, como lo fue su gestación.

La exploración de los media labs académicos deja claro que estos espacios facilitan los procesos de innovación en las instituciones de educación superior y la incorporación de las tecnologías digitales invitan a pensar los procesos de enseñanza y aprendizaje de forma más participativa y colaborativa. Los proyectos hallados en los media labs tienen como denominador común las prácticas basadas en "hágalo usted mismo" como fórmula para empoderar a los sujetos en sus procesos de aprendizaje, promover el trabajo en equipo y la producción de conocimiento colectivo.

El análisis de sus metodologías constata que la cercanía, informalidad y la creatividad son elementos sustanciales en la investigación y la experimentación tecnológica. Las iniciativas observadas pueden ser ejemplos útiles de la democratización de la ciencia y la tecnología y muestra la búsqueda de respuestas para promover innovaciones sociales. Los datos indican, en un amplio número de proyectos, que los media labs pueden contribuir a cerrar la brecha entre el estudio y la práctica en las instituciones de educación superior, incorporando equipos interdisciplinarios capaces de cruzar las necesidades académicas con el desarrollo social y técnico. Las iniciativas estudiadas pueden ser inspiradoras para el desarrollo de nuevas ideas, aproximaciones y métodos que tengan como objetivo resolver problemas sociales.

De acuerdo con la manera como se autodefinen estos espacios, podríamos distinguir como características fundamentales de los media labs, por un lado, la promoción de nuevas formas de apropiación y generación de conocimientos basados en los principios de la inteligencia colectiva; por otro, la búsqueda de proyectos que motivan a los estudiantes a asumir un rol más activo en su proceso de aprendizaje y, por último, la promoción de la alfabetización mediática en favor de la disminución de la brecha digital a través de iniciativas que incorporan lenguajes audiovisuales y multimedia.

6. Conclusiones

El desarrollo de los laboratorios de medios en el entorno universitario genera nuevas oportunidades para la innovación, incorporando el espíritu hacker dentro de instituciones en ocasiones centenarias. La transformación digital, la apertura y la implicación social adquieren una nueva dimensión poco frecuente en las instituciones de educación superior. La innovación que el media lab aporta se concreta en la materialización de los principios y formas aprendidos en el ámbito digital y la generación de procesos de innovación abiertos y compartidos. Se configuran como plataformas generativas orientadas a la producción frente a la idea de portal que muestra unos contenidos ya cerrados a unos usuarios consumidores. Suponen también una forma de explorar la continuidad de las dimensiones física y digital, lejos de falsas dicotomías entre lo real y lo virtual.

Probar y experimentar son las directrices de una generación que vive desde lo práctico para luego reflexionar y evaluar lo vivido. Los fracasos son sumas de conocimiento experimental que van modelando el éxito. Las simulaciones sirven para equivocarse y posteriormente utilizar esa práctica en la realidad no cometer los mismos errores.

Esto hace de los laboratorios un espacio de aprendizaje reflexivo cuyas soluciones y propuestas se plantean en forma de prototipos que son: a) producciones materiales, b) incorporan distintos saberes y c) necesitan ser probados y testados. En ese sentido, son soluciones siempre mejorables y que permiten seguir incorporando nuevas experiencias. Ello supone que, a pesar de surgir en contextos situados, puedan ser probados en diferentes escalas y realidades muy distintas, adaptándose a las peculiaridades de esa nueva realidad, aprovechando el caudal ciudadano acumulado y dando, al mismo tiempo, retorno al prototipo original.

Los laboratorios de medios añaden una dimensión pragmática, la capacidad de producir soluciones colaborativas. Esta capacidad supone incorporar la creatividad de las personas a la producción de políticas, mediante procesos de innovación que incluyen y combinan conocimientos diversos. El principal de ellos es su amplia capacidad para practicar el ensayo-error. Esto hace posible el análisis ágil de errores, al tiempo que facilita el rápido aprendizaje, lo que evita el coste de errores mayores y lo convierte en conocimiento acumulado para la institución. Se trata de un modelo, por tanto, que permite el error y lo transforma en aprendizaje, pero que lo hace, además, como parte de su propia naturaleza. Siempre nos movemos en el plano de la experimentación y el prototipado de los proyectos que forman parte de un media lab, del diseño del propio laboratorio y del programa en el que se inserta.

Junto a los aprendizajes, la experiencia de los laboratorios de medios plantea también una reflexión sobre algunas de las limitaciones y dificultades que conlleva poner en marcha nuevos modelos institucionales, tales como quiénes participan, cómo se participa o cuál es el resultado final de los prototipos. A este respecto, incluir a nuevos actores no es tarea fácil, como tampoco lo es evitar sesgos en la participación. Ahondar en las causas de estas barreras y promover de forma activa la participación de actores tradicionalmente excluidos es uno de los principales retos para cualquier laboratorio de estas características.

Del mismo modo, equilibrar el diálogo de los participantes durante los laboratorios se convierte en otro de los desafíos, así como generar un lenguaje común y una forma de comunicación que permita trascender la deliberación y concretarla en prácticas colaborativas.

En cuanto a los prototipos, se trata sin duda del resultado tangible más visible que tiene un laboratorio, de ahí que el lograr que se conviertan en soluciones sostenibles en el tiempo es una prioridad para su consolidación como espacios de co-diseño de políticas de intervención sociocomunitaria.

El laboratorio permite desarrollar competencias y adquirir conocimientos que son de gran utilidad en nuestro tiempo. Por ejemplo, todo tipo de competencias digitales, desde las más básicas a las más avanzadas, como usuarios de servicios ya existentes o incluso programando tu propio código. El laboratorio proporciona, además, libertad organizativa, ya que puede desarrollarse en una amplia variedad de formatos: físico, virtual o híbrido, siendo este último el más recomendable al ser el más inclusivo y el que mejor aprovecha el potencial de ambos formatos. Igualmente, puede llevarse a cabo en un espacio físico establecido o bien ser cambiante en función de las necesidades, así como disponer de una estructura permanente en el tiempo o que se active cada vez que haya que abordar un nuevo proyecto.

En este contexto de la innovación a través de los laboratorios de medios como procesos que se llevan a cabo en colectivo, se debe puntualizar que los resultados no se apresuran, tampoco son mágicos. Como en todos los cambios y procesos de evolución y transformación de las sociedades, se desarrollan en etapas o fases para conformar un proyecto, una respuesta o un nuevo producto innovador.

Estas etapas tienen que ver con el análisis o diagnóstico de la situación, la preparación o discusión de la respuesta, el diseño y generación del prototipo, la implementación y aplicación de la innovación y, por último, su evaluación. Asimismo, en las dinámicas de laboratorios de medios el conocimiento se disemina en acceso abierto y se pone a disposición de toda la comunidad que puede, a su vez, adaptarlo, modificarlo, transformarlo y utilizarlo para sus intervenciones sociales.

Referencias

- Ardévol, E., Estalella, A., & Domínguez, D. (2008). *La mediación tecnológica en la práctica etnográfica*. Anjulegi Atropolia Elkartea
- Charmaz, K. (2006). *Constructing Grounded Theory. A practical Guide through Qualitative Analysis*. SAGE
- Denzin, N.K. & Lincoln, Y. (2015). *Métodos de recolección y análisis de datos. Manual de Investigación Cualitativa Volumen IV*. Gedisa
- European Commission (2013). *Guide to Social Innovation*
- Gibbs, G. (2012). *El análisis de datos cualitativos en investigación cualitativa*. Morata.
- Gutiérrez, J.M., Fernández, E. & De la Iglesia, L. (2017) Narrativas transmedia con jóvenes universitarios. *Análisi, Quaderns de Comunicació y Cultura*, 57, 81-95.
- Hassan, Z. (2014). *The Social Labs Revolution. A New Approach to Solving our Most Complex Challenges*. Berrett-Koehler Publishers.
- Hine, C. (2004). *Etnografía virtual*. UOC
- Kristof, N. (2014). Professor, We need you. *The New York Times*
- Lafuente, A. & Cancela, M. (2017). *Cómo hacer un prototipo. Guía Didáctica*. EducaLab y Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- Lafuente, A. & Lara, T. (2013). Aprendizajes situados y prácticas procomunales. *Revista de la Asociación de Sociología de la Educación*, 6 (2), 168-177.
- Pascale, P. (2018). Laboratorios de Innovación Ciudadana: nueva institucionalidad para un futuro sostenible. *Revista Pensamiento Iberoamericano*, 6, 63-72.
- Phills, J.A., Deiglmeier, K. & Miller, D.T. (2008). Rediscovering Social Innovation. *Social Innovation Review*, 16, 12-23.
- Ruiz, J.M. & Alcalá, J.R. (2016). Los cuatro ejes de la cultura participativa actual. De las plataformas virtuales al medialab. *Icono*, 14, 95-122.
- Salaverría, R. & Sádaba, C. (2013). Comunicación y democracia en el entorno digital. *AdComunica*, 5, 141-174.
- Schmidt, S. & Brinks, V. (2017). Open Creative Labs: Spatial Settings at the Intersection of Communities and Organizations. *Creativity and Innovation Management*, 26(3), 291-299.
- Simons, H. (2009). *El estudio de caso: teoría y práctica*. Morata.
- Sola Morales, S. (2013). El cuerpo y la corporeidad simbólica como forma de mediación. *Mediaciones sociales*, 12, 42-62
- Tanaka, A. (2011). *A Blueprint for a Lab of the Future*. Baltan Laboratories.