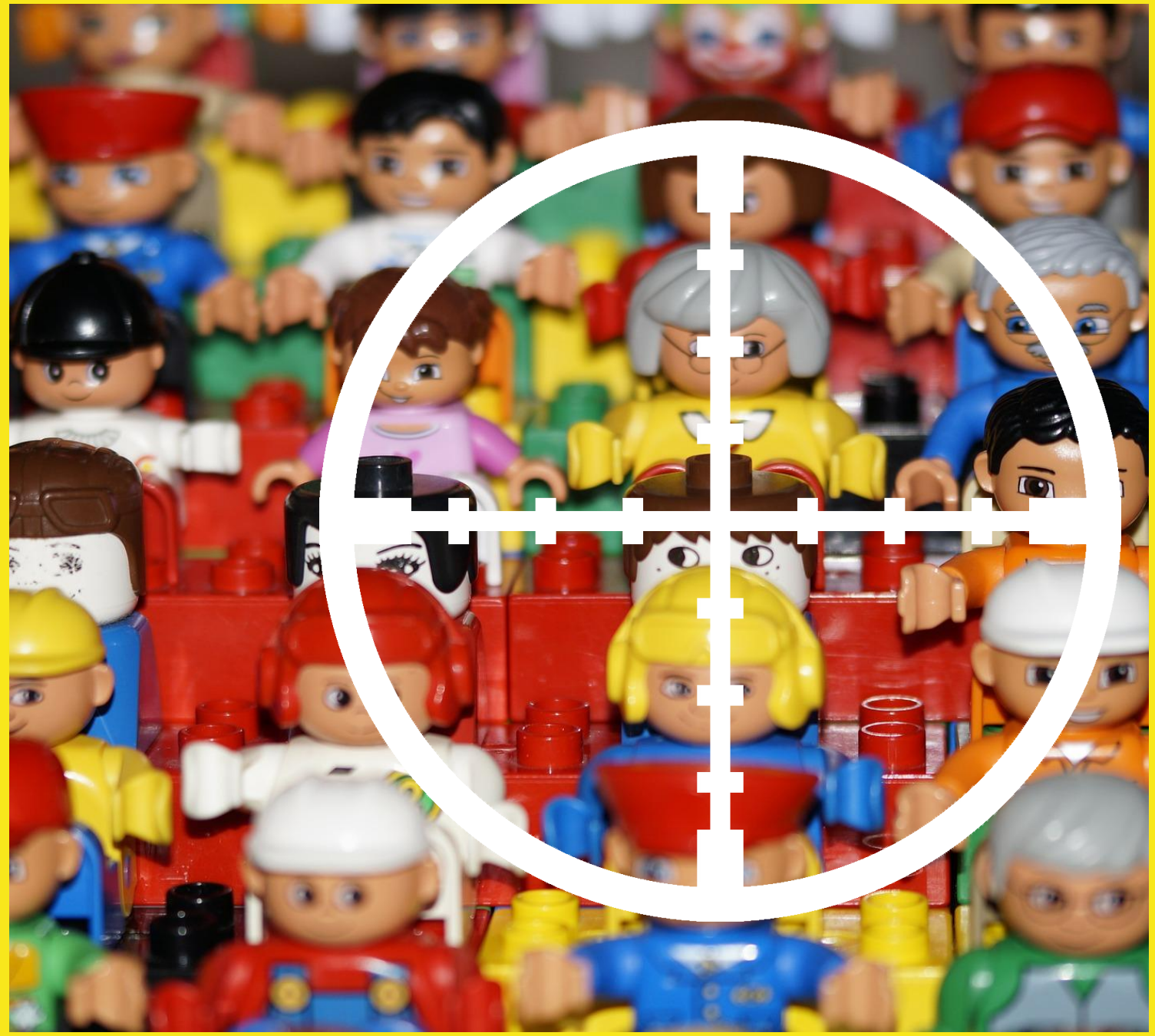


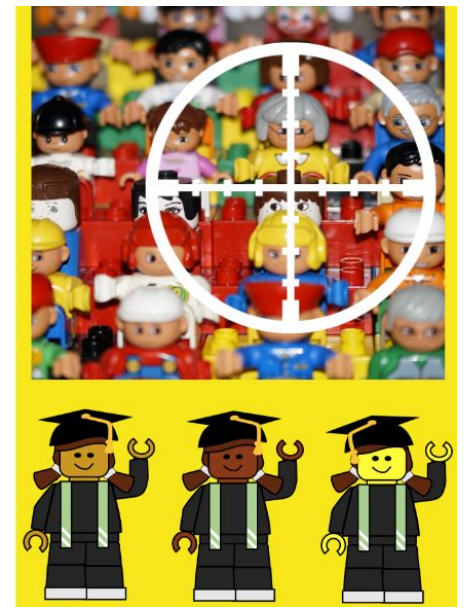
Docencia y *Public* *Engagement*

Lidia Bocanegra Barbecho
Open Education Week #OEW2017
MediaLab UGR - KAMISHIBAI



Público objetivo del *workshop*

1ª fase: IDENTIFICAR



Importante definir el público Objetivo a quien va orientado el tema del *Workshop*: en nuestro caso el *Public Engagement*:

Instituciones académicas y centros de investigación:

- **R2** (doctorados o investigadores que todavía no sean totalmente independientes).
- **R3** (Investigadores que han desarrollado un nivel de independencia).

Para mayor información acerca de la catalogación del perfil del investigador, veáse EURAXESS: <https://euraxess.ec.europa.eu/jobs/search>



25



5 x 5

9:30am - 15:15pm

1 día duración



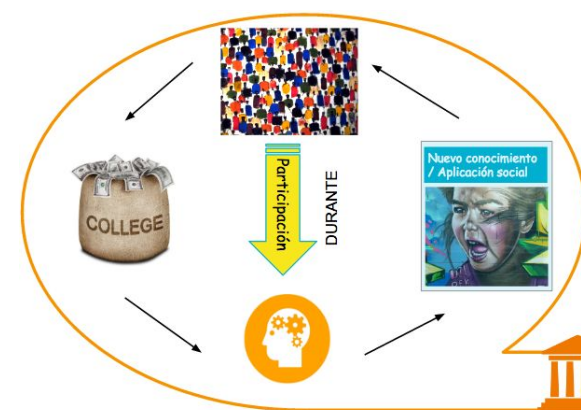
1°: 30'



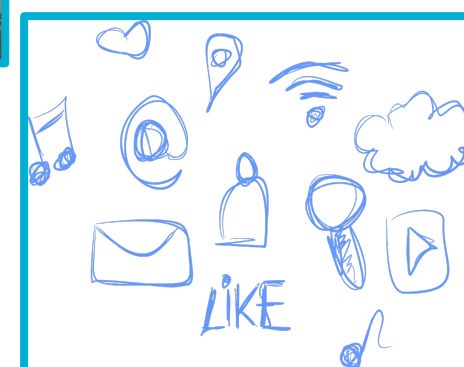
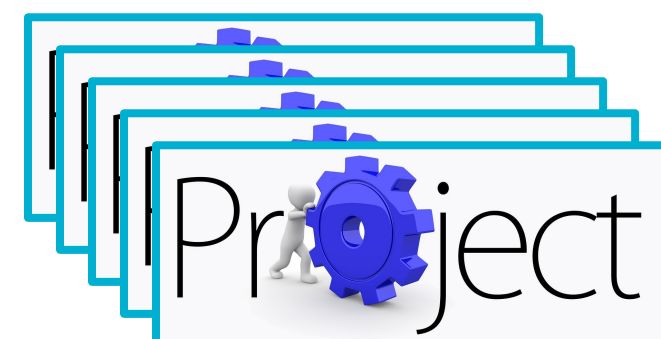
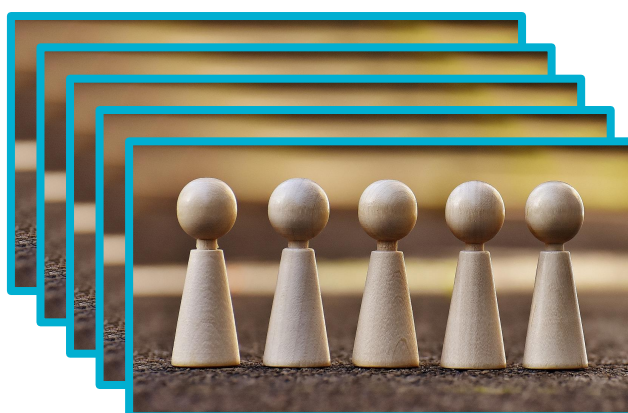
2°: 20-25'



3°: 30'



4°: 20'

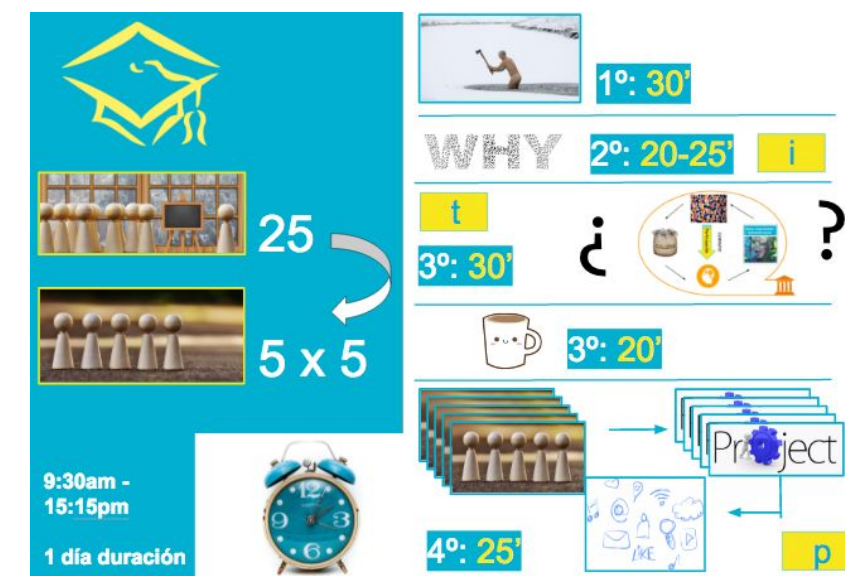


5°: 25'



Público objetivo del *workshop*

2ª fase: EL WORKSHOP



1. **Romper el hielo:** hacer que se presenten los asistentes.
2. **Sesión interactiva:** preguntar a los participantes por qué están interesados en el *Public Engagement*. La idea es tener un 1er *feedback* acerca del *Public Engagement* con el fin de redireccionar el curso por parte del profesor.
3. **Sesión teórica:** explicación acerca de la importancia del *Public Engagement*.
4. **Pausa café.**
5. **Sesión práctica:** se trabaja con 5 grupos de 5 personas cada uno.
 - a. Cada grupo debe escoger un proyecto (cualquier área, cualquier tema).
 - b. Cada grupo debe diseñar un plan de actividades de *Public Engagement* para ese proyecto específico.

Graduación tapa | Ciker-Free-Vector-Images | CC0 Public Domain

<https://pixabay.com/es/tapa-de-graduaci%C3%B3n-graduaci%C3%B3n-tapa-311248/>

Palabra WHY | GDJ | CC0 Public Domain <https://pixabay.com/es/por-qu%C3%A9-signos-de-interrogaci%C3%B3n-2028047/>

Imagen piezas grupo | Alexas_Fotos | CC0 Public Domain <https://pixabay.com/es/reuni%C3%B3n-conferencia-grupo-equipo-2042911/>

Imagen 5 piezas | Alexas_Fotos | CC0 Public Domain <https://pixabay.com/es/juego-de-caracteres-juguetes-figura-1744100/>

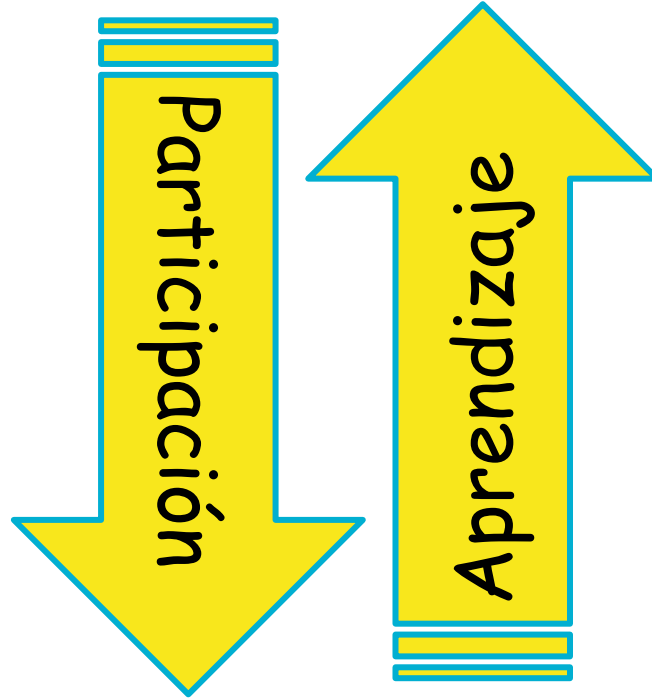
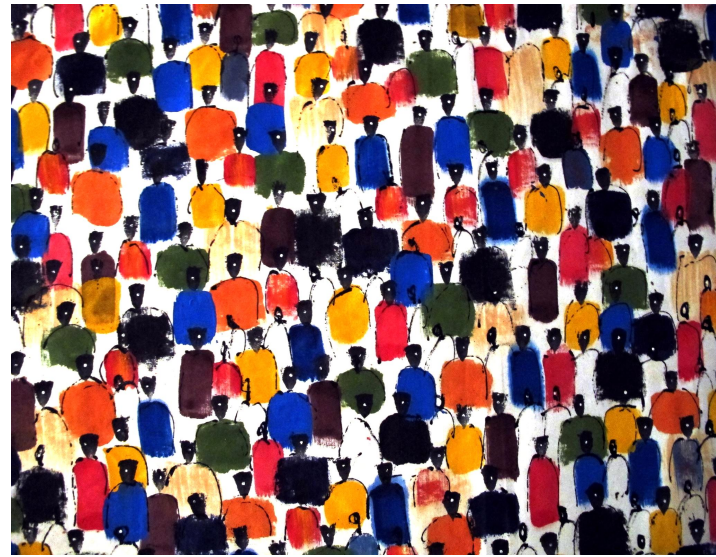
Imagen Reloj | Skitterphoto | CC0 Public Domain <https://pixabay.com/es/alarma-reloj-tiempo-hora-minuto-2165708/>

Norwegian Icebreaker | Science Matters | CC0 Public Domain <https://rclutz.wordpress.com/2015/10/04/ice-house-of-mirrors/>

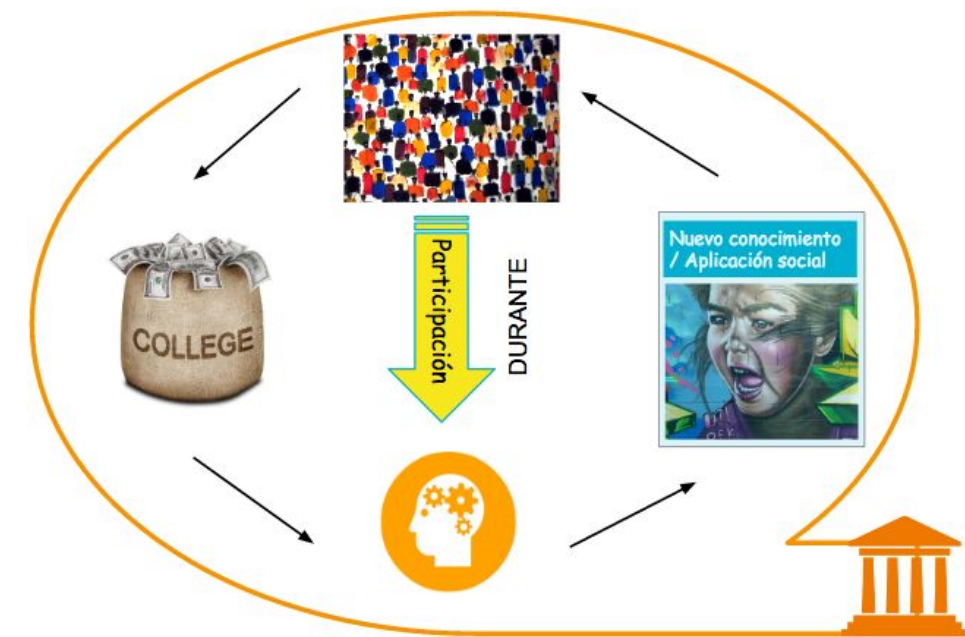
Taza de café | EDGAR_FERCH | CC0 Public Domain <https://pixabay.com/es/taza-feliz-caf%C3%A9-chocolate-2001688/>

Palabra Project | geralt | CC0 Public Domain <https://pixabay.com/es/proyecto-banner-encabezado-1287781/>

Dibujo a mano | kropekk_pl | CC0 Public Domain <https://pixabay.com/es/social-medios-sociales-432495/>



PORQUÉ el Public Engagement CONCIENCIAR



¿Qué quieres que los participantes aprendan o sean capaces de hacer?: Concienciar a los investigadores acerca de la necesidad del Public Engagement

- La investigación se realiza gracias al dinero público: deber / Compromiso del investigador.
- Hacer que los resultados de la investigación sean aceptables por parte de los ciudadanos.
- Responder a las necesidades de la sociedad: soluciones a los problemas.
- Contribución social: creación de conocimiento y aprendizaje a través de la interacción social-académica.
- Promover la investigación entre la sociedad (futuros investigadores) y nuevas investigaciones generando un aprecio social y confianza al desarrollo científico.

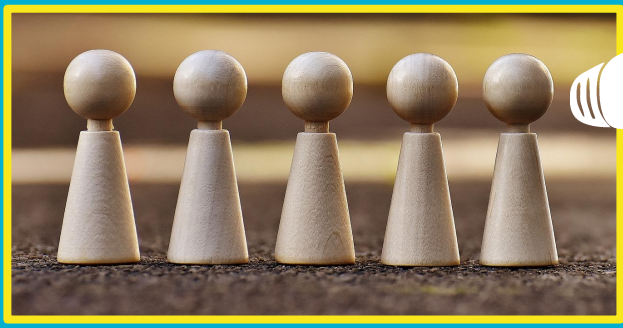
Pintura Gente | jacinta lluch valero (CC BY-SA 2.0) <https://www.flickr.com/photos/70626035@N00/7015880445>

Imagen cabeza pensante | Open Knowledge (CC BY-SA 2.0) <https://www.flickr.com/photos/okfn/5575946087>

Foto dinero | 401(K) 2012 (CC BY-SA 2.0) <https://www.flickr.com/photos/68751915@N05/6629054127>

Graffity | Antonio Marín Segovia (CC BY-NC-ND 2.0) <https://www.flickr.com/photos/antoniomarinsegovia/24025824426>

Imagen Atheneum | Ciker-Free-Vector-Images (CC0 Public Domain) <https://pixabay.com/es/palacio-de-justicia-gobierno-25061/>



r

6°: 25' = 5' x grupo



t

7°: 30-40'



8°: 2h



10 KEYWORDS



9°: 25'

p

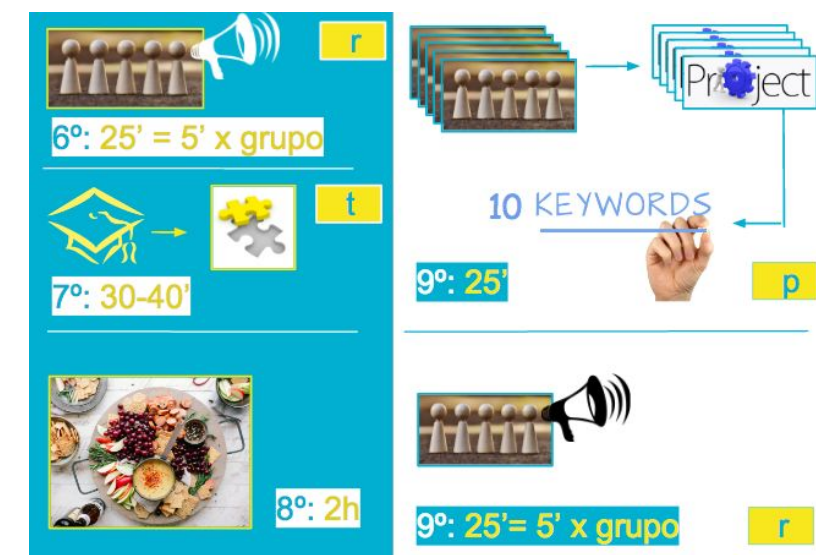


10°: 25' = 5' x grupo

r

Público objetivo del *workshop*

2ª fase: EL WORKSHOP



- 6. Sesión de *reporting*:** uno o dos miembros de cada grupo debe comunicar los resultados del ejercicio a la clase. El profesor va analizando también las dotes de comunicación del *rapporteur*.
- 7. Sesión teórica:** explicación del profesor acerca de las actividades de *Public Engagement* del ejercicio práctico (Nº5), con el fin de llenar posibles lagunas de los resultados del mismo.
- 8. Pausa comida.**
- 9. Sesión práctica:** se trabaja con los mismos grupos y los mismos proyectos (fomenta el *team building*). Cada grupo debe escoger 10 *keywords* que definen el proyecto y cada grupo debe ser capaz de transmitir la idea (*Keyword*) en forma de un mensaje inteligible para el público, utilizando un lenguaje atractivo y sugerente.
- 10. Sesión de *reporting*:** uno o dos miembros de cada grupo (distintos de los anteriores) debe comunicar los resultados a la clase.

Graduación tapa | Clier-Free-Vector-Images | CC0 Public Domain

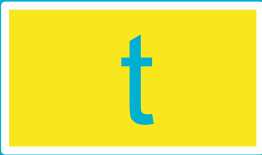
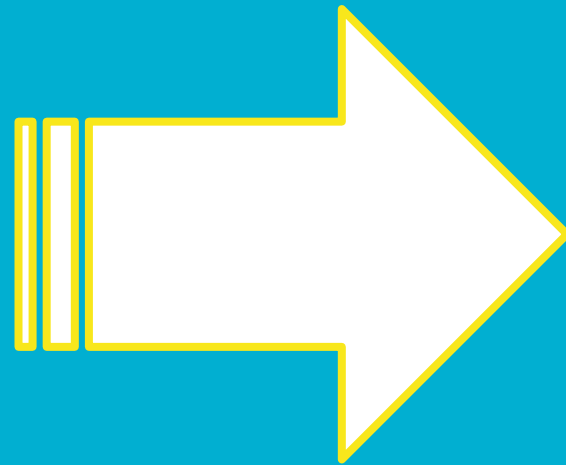
<https://pixabay.com/es/tapa-de-graduaci%C3%B3n-graduaci%C3%B3n-tapa-311248/>

Megáfono | @ OpenClipart-Vectors | CC0 Public Domain <https://pixabay.com/en/users/OpenClipart-Vectors-30363/>

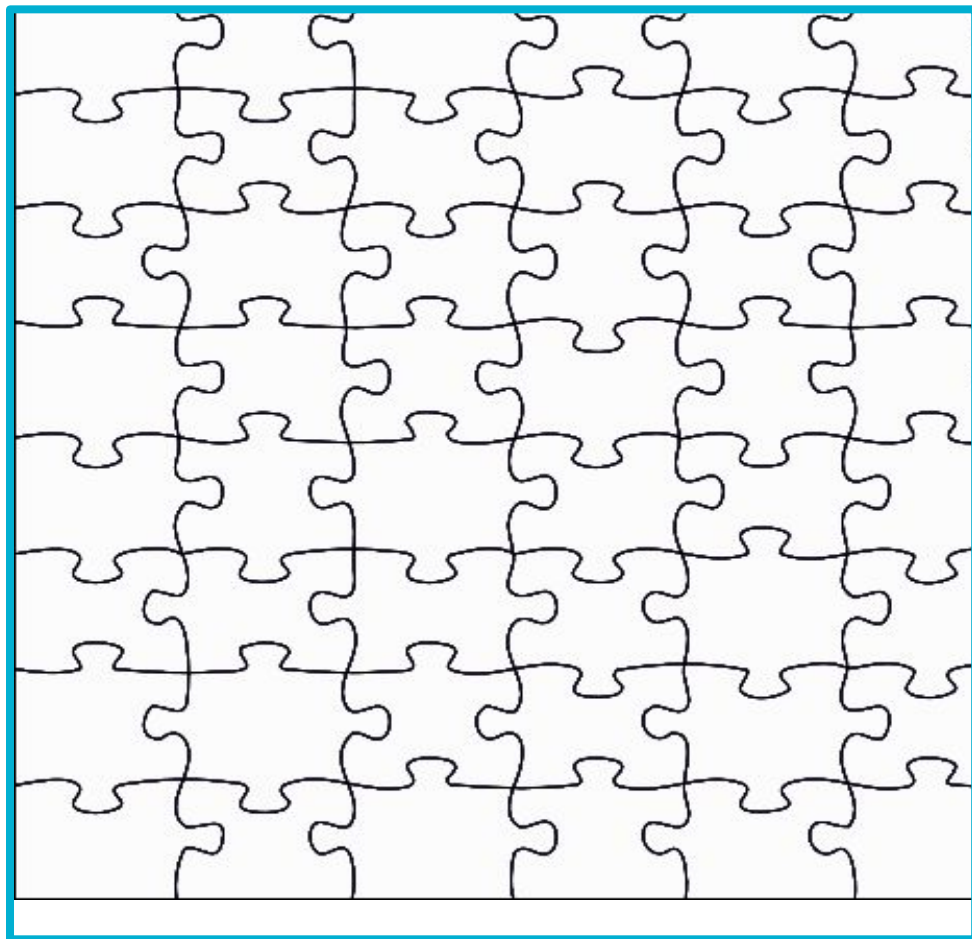
Puzzle | 3dman_eu | CC0 Public Domain <https://pixabay.com/es/puzzle-cooperaci%C3%B3n-juntos-conexi%C3%B3n-1020411/>

Foto comida | Brooke Lark | Public Domain <https://unsplash.com/photos/C1fMH2Vej8A>

Imagen Keywords | Alvaro-codigonexo (CC BY-SA 4.0) <https://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Keywords.jpg>

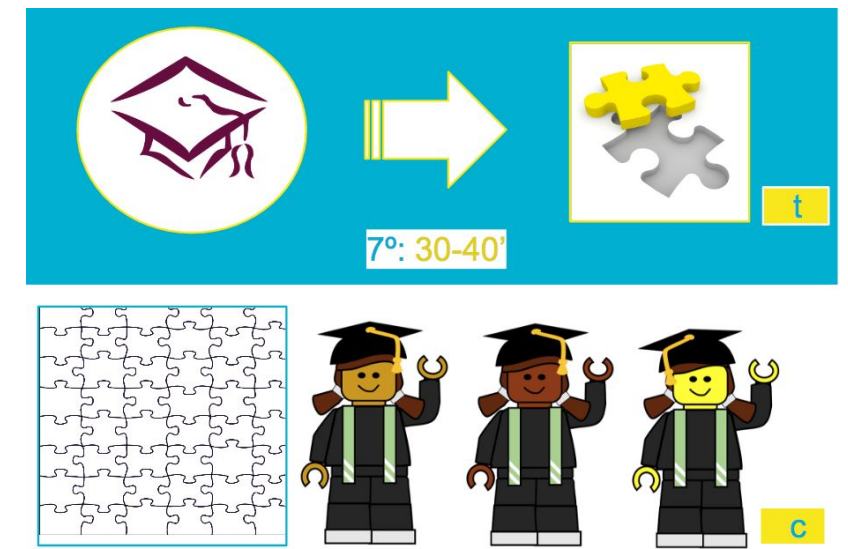


7°: 30-40'



Público objetivo del *workshop*

2ª fase: EL WORKSHOP



- 11. Evaluación del profesor:** el profesor evaluará los resultados del último ejercicio en relación a las habilidades de comunicación.
- 12. Conclusiones finales y *goodbye*:** el profesor reflexionará acerca de la dinámica del workshop, extrayendo conclusiones generales acerca de todos los resultados y exponiéndolas con los participantes para alcanzar un consenso. Solicitará a los asistentes que participen en una encuesta de satisfacción anónima, a modo de webform, y que se les enviará por *email* justo después de terminar la clase.

Este Kamishibai se ha realizado gracias a los conocimientos adquiridos en el Curso *PIPERS Train the Trainer Workshop* organizado por el FECYT en Madrid, 2016, dentro del proyecto Europeo PIPERS. El proyecto europeo **PIPERS** (Policy into Practice: EURAXESS Researcher Career Skills for Career Development) tiene como objetivo apoyar el desarrollo profesional de los investigadores (Researcher Career Development -RCD) reforzando, igualmente, los perfiles de los posibles gestores de RCD: http://cordis.europa.eu/project/rcn/192454_en.html