

	GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS					  	
	CARTA DE AUTORIZACIÓN						
CÓDIGO	AP-BIB-FO-06	VERSIÓN	1	VIGENCIA	2014	PÁGINA	1 de 1

Neiva, 22 de abril de 2019

Señores
CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN
UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA
Ciudad

El (Los) suscrito(s):

Julián Pérez Naranjo, identificado con C.C. No. 1.078.246.368 de Altamira Huila.

autor(es) de la tesis y/o trabajo de grado o **LOS LABORATORIOS DE CREACIÓN E INNOVACIÓN DE CONTENIDOS DIGITALES COMO ESTRATEGIA TRANSVERSAL E INTERDISCIPLINAR A LA FORMACIÓN EN COMUNICACIÓN PARA LA TRANSFORMACIÓN DE LA PROFESIÓN Y SUS PERFILES PROFESIONALES** presentado y aprobado en el año 2019 como requisito para optar al título de

Maestría en Educación: área de profundización Docencia e Investigación Universitaria

autorizo (amos) al CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN de la Universidad Surcolombiana para que con fines académicos, muestre al país y el exterior la producción intelectual de la Universidad Surcolombiana, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo de grado en los sitios web que administra la Universidad, en bases de datos, repositorio digital, catálogos y en otros sitios web, redes y sistemas de información nacionales e internacionales “open access” y en las redes de información con las cuales tenga convenio la Institución.

- Permita la consulta, la reproducción y préstamo a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato Cd-Rom o digital desde internet, intranet, etc., y en general para cualquier formato conocido o por conocer, dentro de los términos establecidos en la Ley 23 de 1982, Ley 44 de 1993, Decisión Andina 351 de 1993, Decreto 460 de 1995 y demás normas generales sobre la materia.

- Continúo conservando los correspondientes derechos sin modificación o restricción alguna; puesto que de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación del derecho de autor y sus conexos.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, “Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores”, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

EL AUTOR/ESTUDIANTE:

Firma: 

	GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS					  	
	DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO						
CÓDIGO	AP-BIB-FO-07	VERSIÓN	1	VIGENCIA	2014	PÁGINA	1 de 3

TÍTULO COMPLETO DEL TRABAJO: Los laboratorios de creación e innovación de contenidos digitales como estrategia transversal e interdisciplinar a la formación en comunicación para la transformación de la profesión y sus perfiles profesionales.

AUTOR O AUTORES:

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
Pérez Naranjo	Julián

ASESOR (ES):

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
Martínez Guzmán	Verónica

PARA OPTAR AL TÍTULO DE: Magister en educación; área de profundización Docencia e Investigación Universitaria

FACULTAD: Educación

PROGRAMA O POSGRADO: Maestría en educación.

CIUDAD: Neiva **AÑO DE PRESENTACIÓN:** 2019 **NÚMERO DE PÁGINAS:** 107

TIPO DE ILUSTRACIONES (Marcar con una X):

Diagramas___ Fotografías___ Grabaciones en discos___ Ilustraciones en general___ Grabados___ Láminas___
 Litografías___ Mapas___ Música impresa___ Planos___ Retratos___ Sin ilustraciones___ Tablas o
 Cuadros_x_

SOFTWARE requerido y/o especializado para la lectura del documento: NO

MATERIAL ANEXO: NO

PREMIO O DISTINCIÓN (En caso de ser LAUREADAS o Meritoria): NO

	GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS					  	
	DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO						
CÓDIGO	AP-BIB-FO-07	VERSIÓN	1	VIGENCIA	2014	PÁGINA	2 de 3

PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS:

<u>Español</u>	<u>Inglés</u>	<u>Español</u>	<u>Inglés</u>
1. Laboratorios de creación	- Creation laboratories	6. Cultura digital	- digital culture
2. Contenidos digitales	- Digital contents	7. Educomunicación	edu communication
3. Espacios sociales	social spaces	8. Creatividad	creativity
4. Didácticas alternativas	alternative didactics	9. Cocreación	co creation
5. Medialab	Medialab	10. Transdisciplina	transdiscipline

RESUMEN DEL CONTENIDO: (Máximo 250 palabras)

El presente trabajo analiza el fenómeno de los laboratorios de innovación y creación digital como iniciativa universitaria para la creación de espacios sociales e innovadores de cocreación de conocimiento en el campo de la comunicación social, el análisis de los laboratorios de innovación y creación de contenidos digitales como espacio universitario de acción grupal para los aprendizajes reflexivos – creativos en torno a la Comunicación Social y la construcción de una propuesta para una nueva estructura de enseñanza de habilidades y destrezas para el comunicador social en el entorno digital.

La convergencia digital en la actual sociedad de la información conlleva a una profunda transformación de los profesionales en el campo de la Comunicación Social a partir de las nuevas dinámicas formativas (plan de estudio – habilidades transversales y visión de mercado), ocupacionales (perfiles emergentes) y paradigmas operativos mediáticos (innovación y creatividad), todo esto articulado con la visión transdisciplinaria, multiactoral y multisectorial que demanda la sociedad en el S. XXI, de acuerdo con Zurbriggen y Lago (2014), quienes además sostienen que esta articulación es objeto tránsito hacia un modelo de desarrollo sostenible, donde el sector educativo tiene un rol protagónico al implantar pedagogías alternativas conducentes a nuevas formas de trabajo colaborativo para la construcción de una visión-acción común desde una lógica transformadora.

En este marco, indican Romero y Robinson (2014), los medialabs surgen como un tipo de laboratorio centrado través del cual ciudadanos e investigadores se influyen mutuamente y comparten conocimientos, y motor de innovación educativa, social y digital.

ABSTRACT: (Máximo 250 palabras)

This project analyzes the phenomenon of innovation and digital creation laboratories as a university initiative for the creation of social and innovative spaces for the co-creation of knowledge in the field of social communication, the analysis of innovation laboratories and the creation of digital content such as university space for group action for reflexive learning - creative about Social



GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS

DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO



CÓDIGO

AP-BIB-FO-07

VERSIÓN

1

VIGENCIA

2014

PÁGINA

3 de 3

Communication and the construction of a proposal for a new structure of teaching skills and abilities for the social communicator in the digital environment. The digital convergence in the current information society leads to a profound transformation of professionals in the field of Social Communication from the new training dynamics (study plan - cross-cutting skills and market vision), occupational (emerging profiles) and media operative paradigms (innovation and creativity), all articulated with the transdisciplinary, multiactoral and multisectoral vision demanded by society in the 21st century, according to Zurbriggen and Lago (2014), who also maintain that this articulation is an object of transit towards a model of sustainable development, where the educational sector has a leading role by implementing alternative pedagogies leading to new forms of collaborative work for the construction of a common vision-action from a transforming logic. In this framework, Romero and Robinson (2014) indicate, medialabs emerge as a type of focused laboratory through which citizens and researchers influence each other and share knowledge, and drive educational, social and digital innovation.

APROBACION DE LA TESIS

Giovanni Marcello lafrancesco Villegas

María Elvira Carvajal Salcedo

**LOS LABORATORIOS DE CREACIÓN E INNOVACIÓN DE CONTENIDOS
DIGITALES COMO ESTRATEGIA TRANSVERSAL E INTERDISCIPLINAR A LA
FORMACIÓN EN COMUNICACIÓN PARA LA TRANSFORMACIÓN DE LA
PROFESIÓN Y SUS PERFILES PROFESIONALES**

**CASO DE ESTUDIO
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL UNIMINUTO VIRTUAL Y A
DISTANCIA**

JULIÁN PÉREZ NARANJO

**UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA
FACULTAD DE EDUCACIÓN
MAESTRÍA EN EDUCACIÓN
NEIVA, HUILA
2018**

**LOS LABORATORIOS DE CREACIÓN E INNOVACIÓN DE CONTENIDOS
DIGITALES COMO ESTRATEGIA TRANSVERSAL E INTERDISCIPLINAR A LA
FORMACIÓN EN COMUNICACIÓN PARA LA TRANSFORMACIÓN DE LA
PROFESIÓN Y SUS PERFILES PROFESIONALES**

**CASO DE ESTUDIO
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL UNIMINUTO VIRTUAL Y A
DISTANCIA**

LÍNEA EDUCACIÓN Y PEDAGOGÍAS CRÍTICAS Y DIDÁCTICAS ALTERNATIVAS

JULIÁN PÉREZ NARANJO

Documento presentado como anteproyecto de grado para optar al título de Magíster
en Educación

VERÓNICA MARTÍNEZ GUZMÁN

Tutora

Candidata a Doctora en Ciencias de la Educación UDEC. Magíster en Comunicación
Social UNINORTE. Comunicadora Social UTB.

**UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA
FACULTAD DE EDUCACIÓN
MAESTRÍA EN EDUCACIÓN
NEIVA, HUILA
2018**

Tabla de Contenido

1. Introducción	5
2. Problema de Investigación	6
3. Justificación	7
4. Objetivos.....	8
4.1. Objetivo General.....	8
4.2. Objetivos específicos	8
5. Marcos de la Investigación.....	9
5.1. Marco Referencial.....	9
5.2. Marco Teórico	13
5.3. Marco Conceptual.....	19
5.4. Marco Contextual.....	23
6. Diseño Metodológico.....	28
6.1. Tipo de Investigación	28
6.3. Población y Corpus	29
6.5. Categorías de análisis	29
6.6. Operacionalización de Ejes.....	30
6.7. Técnica e Instrumento de Investigación	31
6.8. Procedimiento	32
7. Resultados	33
8. Conclusiones y aportes.....	82
9. Recomendaciones o propuesta de intervención.....	87
Referencias Bibliográficas.....	95
Anexos	101

Tabla de Tablas

Tabla 1.	30
Tabla 2.	87
Tabla 3.	89
Tabla 4.	91
Tabla 5.	93

Tabla de Figuras

Figura 1.....	92
---------------	----

Tabla de Anexos

Anexo 1. Instrumento Grupo Focal.....	101
Anexo 2. Consentimiento Informado.....	103
Anexo 3. Cronograma de actividades.....	106
Anexo 4. Presupuesto	107

1. Introducción

Los objetivos específicos de este trabajo giran en torno a la contextualización del fenómeno de los laboratorios de innovación y creación digital como iniciativa universitaria para la creación de espacios sociales e innovadores de cocreación de conocimiento en el campo de la comunicación social, el análisis de los laboratorios de innovación y creación de contenidos digitales como espacio universitario de acción grupal para los aprendizajes reflexivos – creativos en torno a la Comunicación Social y la construcción de una propuesta para una nueva estructura de enseñanza de habilidades y destrezas para el comunicador social en el entorno digital.

De esta base se desprende su impacto académico, social e institucional consistente en advertir sobre la ineludible necesidad de formar profesionales con formación polivalente y multidisciplinar, con capacidades conceptuales, técnicas y prácticas en el área de la comunicación audiovisual, multimedia e internet, con una perspectiva analítica y crítica, en línea con lo planteado por Alonso *et al.* (2010), potenciando un planteamiento multisoporte a nivel curricular que permita la migración del lenguaje lineal secuencial a un nuevo modelo que apueste por una concepción creativa y práctica de los medios en la cultura digital.

Por lo tanto, el problema de investigación se centra en identificar ¿Cómo a través de los laboratorios de innovación y creación de contenidos digitales se apunta a la construcción del conocimiento inter, multi, pluri y transdisciplinario que soporta la formación en comunicación social, la transformación de la profesión y sus perfiles ocupacionales? Definiendo como plan de temas en el estado del arte y marco teórico los siguientes ejes temáticos: ¿Qué es un Medialab?, Referentes del término

“Medialab”, Hacia una tipología del Medialab, Los medialabs en el marco de la innovación social y la cultura digital, Los medialabs como motor de innovación en la universidad, y El impacto social de los medialabs. Finalmente, en lo que respecta al nuevo conocimiento objeto de este estudio se muestra a los medialabs como beneficio reportado por las universidades a su entorno social próximo.

2. Problema de Investigación

La convergencia digital en la actual sociedad de la información conlleva a una profunda transformación de los profesionales en el campo de la Comunicación Social a partir de las nuevas dinámicas formativas (plan de estudio – habilidades transversales y visión de mercado), ocupacionales (perfiles emergentes) y paradigmas operativos mediáticos (innovación y creatividad), todo esto articulado con la visión transdisciplinaria, multiactoral y multisectorial que demanda la sociedad en el S. XXI, de acuerdo con Zurbriggen y Lago (2014), quienes además sostienen que esta articulación es objeto tránsito hacia un modelo de desarrollo sostenible, donde el sector educativo tiene un rol protagónico al implantar pedagogías alternativas conducentes a nuevas formas de trabajo colaborativo para la construcción de una visión-acción común desde una lógica transformadora.

En este marco, indican Romero y Robinson (2014), los medialabs surgen como un tipo de laboratorio centrado través del cual ciudadanos e investigadores se influyen mutuamente y comparten conocimientos, y motor de innovación educativa, social y digital.

De lo anterior, se deriva el siguiente problema de investigación ¿Cómo a través de los laboratorios de innovación y creación de contenidos digitales se apunta a la

construcción del conocimiento inter, multi, pluri y transdisciplinario que soporta la formación en comunicación social, la transformación de la profesión y sus perfiles ocupacionales?

3. Justificación

Esta investigación es pertinente en la medida en que aborda una perspectiva desde la cual la innovación y creación de contenidos digitales como estrategia transversal e interdisciplinar para la formación en Comunicación Social a partir de los “Medialabs” se constituye en una alternativa en medio de tensiones donde convergen arte, ciencia y tecnología para la experimentación y el ensayo de nuevas metodologías, fórmulas educativas y de participación ciudadana, tal como señalan Brianza (2016) y Romero (2011).

De otro lado, este estudio atiende a la necesidad de elaborar un discurso que articule de manera eficiente el diálogo teoría - práctica en torno a la función de los “Medialabs” como espacio de producción e investigación alternativo al propuesto por los laboratorios académicos tradicionales orientado al estudio de los nuevos medios, asumiéndolos como espacios de investigación y creación entre la colaboración y la transdisciplina, es decir, espacios donde profesionales de distintas disciplinas trabajan en conjunto y construyen conocimiento de forma colaborativa, como indica Brianza (2016).

Finalmente, podría decirse que esta pesquisa es pertinente en la medida en que se hace necesario un análisis del modelo de trabajo horizontal inherente a los “Medialabs” que además de promover una fuerte convergencia transdisciplinar permiten el desarrollo de habilidades blandas o soft skills (liderazgo, responsabilidad,

sociabilidad, trabajo en equipo, adaptabilidad, creatividad y optimismo) entre sus miembros.

4. Objetivos

4.1. Objetivo General

- Estudiar el impacto de los laboratorios de innovación y creación de contenidos digitales como herramienta estratégica para la formación en Comunicación Social, la transformación de la profesión y sus perfiles ocupacionales.

4.2. Objetivos específicos

- Contextualizar el fenómeno de los laboratorios de innovación y creación digital como iniciativa universitaria para la creación de espacios sociales e innovadores de cocreación de conocimiento en el campo de la Comunicación Social.
- Analizar los laboratorios de innovación y creación de contenidos digitales como espacio universitario de acción grupal para los aprendizajes reflexivos – creativos en torno a la Comunicación Social.
- Proponer la construcción de una nueva estructura de enseñanza de habilidades y destrezas para el comunicador social en el entorno digital.

5. Marcos de la Investigación

5.1. Marco Referencial

Romero y García (2017) sostienen que los antecedentes que soportan la existencia de los laboratorios sociales y medialabs son en primera instancia, Laboratory School, fundado en 1896 por John Dewey, y en segundo momento, Unit Plan, un modelo social propuesto por Wilbur C. Phillips, entre 1917 y 1920, razonamiento que conduce a establecer que los referentes fundamentales en esta línea provienen del ámbito educativo y de la salud pública, respectivamente.

La búsqueda de términos y conceptos que gravitan alrededor del término Laboratorio/Lab remite de acuerdo con Ortega y Villar (2014), al menos históricamente, a un tipo de espacio instituido, acotado, no exento de contradicciones donde se recurre a una metodología específica en el plano de la producción innovadora, con nuevas herramientas tecnológicas, contenidos interdisciplinarios e información en red, lo cual se fundamenta en las praxis que sustentan la acción cooperativa de la producción artística (Becker, 2008), y en prácticas de trabajo apoyadas en patrones de cooperación y desarrolladas en un clima de transversalidad (Raunig, 2007; Bain, 2007).

Para Ortega y Villar (2014) es un hecho divulgado que la expresión Media Lab, que es un acrónimo proveniente del inglés Media Laboratory y cuya traducción original sería “Laboratorios de medios de comunicación”, se ha transformado en genérico de los espacios que trabajan con objetivos similares, como son los Laboratorios arteciencia (Lab Scienceart); Laboratorios vivientes (Living Lab); Laboratorios ciudadanos (City Lab); Laboratorios de fabricación (Maker Lab, Fab Lab); Laboratorios

de comida (Food Lab); Laboratorios de activismo (Hacker Labs, o Hacker Spaces); y los Laboratorios temporales de medios (Temporary Media Labs), entre otros.

Así las cosas, los medialabs han sido considerados en términos generales espacios de creación e innovación social desde donde se abordan problemáticas generales que atienden a tres rasgos según Romero y García (2017): el trabajo en colectivo, la experimentación y la actuación sistémica. Su funcionamiento se encuentra asociado en gran medida al desarrollo y auge tecnológico, la necesidad evolutiva de los medios de comunicación y el surgimiento de una sociedad digital que los visualiza como laboratorios de mediación ciudadana, contexto en el cual la academia tiene un rol protagónico.

En tal sentido, afirman Romero y García (2017) que la visión contemporánea del medialab es la de un laboratorio donde se explora la influencia de la tecnología en los procesos de transformación social hacia una ciudadanía activa, trascendiendo de la idea de medio a la idea de mediación (Ruiz & Alcalá, 2016). Así las cosas, podría indicarse además que estos laboratorios se enmarcan de forma natural dentro de las claves de la cultura digital constituyéndose sobre el concepto de innovación social para un mejor acople dentro del entorno informacional que se desarrolla en la sociedad digital.

En un intento por identificar diferentes tipos de medialabs Ortega y Villar (2014) proponen la siguiente clasificación: a. Centros culturales, b. Académicos, c. Profesionales y d. Cívicos. En esta línea podría citarse como ejemplo de centro cultural el ZKM (Karlsruhe, Alemania), un megacentro institucional que incluye espacios de exposiciones, bibliotecas, y produce eventos de diverso tipo con un concepto

universalista de arte-tecnología. Como centro Académico, entre muchos, está el espacio universitario SymbioticA (Perth, Australia), que funciona con todas las formalidades de la academia, con la pretensión de enlazar las ciencias médicas y las artes. Con respecto a los centros Profesionales, está Artists in labs (Zurich, Austria) que, en el fondo, es más un programa de residencia para profesionales del arte y las ciencias. Del ámbito Cívico, se puede señalar al Medialab-Prado (Madrid, España), que es un espacio de estructura institucional y programas, principalmente de orden social-tecnológico, cuya postulación es de público conocimiento. Otras formas organizativas de medialab que se pueden citar son: Floating Lab Collective`s Re Museum, en Washington DC, 2012, la Escuelab en Lima, Ala Plástica en Buenos Aires, Marginalia Lab en Belo Horizonte y Laboratorio Reivindicación Siglo XX en Talca, Chile.

Los medialabs, suponen el desarrollo de una epistemología social, compartida y colectiva, en la que la academia es un actor más dentro de su comunidad, en un entorno en el que el conocimiento está distribuido, y se reivindica el papel de los procomunes, definidos por Romero y García (2017) como recursos colectivos que resultan de la gestión común de las distintas instancias del gobierno institucional, no obstante, los medialabs conviven con otros enfoques de gestión que priman procesos de garantía de la calidad generando, en algunos casos, una carga burocrática que dificulta la innovación y experimentación.

Desde una perspectiva universitaria cabe destacar que el encaje de estos centros genera problemas a la hora de ubicarlos dentro de las estructuras institucionales, así su origen suele estar en espacios disciplinares como son los Departamentos o las Facultades, en busca de una legitimación institucional, paralelo a

esto afirman Romero y García (2017) que el medialab puede cumplir el papel de “hackear” las propias estructuras universitarias para presentar modelos alternativos en temas que requieren un desarrollo más ágil y flexible como, por ejemplo, la relación con la ciudadanía o nuevas metodologías y modelos epistemológicos.

Finalmente, podría indicarse que la innovación que el medialab aporta a la institución universitaria se concreta en la materialización de los principios y formas de relación aprendidos en el ámbito digital. Se generan 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”. Ejemplo de ello es el Campo de Cebada en Madrid, iniciativa ciudadana premiada en la categoría de “comunidades digitales” en los premios que anualmente entrega Ars Electronica. (Romero y García, 2017).

Cabe anotar que la evaluación del impacto de las iniciativas del tipo medialab en la academia debe combinar indicadores tanto cuantitativos como cualitativos. Todo ello se hace aún más complejo si se tiene en cuenta la naturaleza singular de los artefactos digitales generados o la valoración del aprendizaje metodológico con independencia del éxito final de la solución alcanzada. Esta nueva aproximación surge por las demandas sociales, así como por el desarrollo de la cultura digital en tanto los laboratorios sociales comparten los siguientes principios de funcionamiento según lo planteado por Romero y García (2017) así:

- a) “Muéstralo, no lo cuentes”. Hay una clara orientación a la acción y al prototipado.
- b) Consideración del usuario como un experto. Son los propios participantes los que a través de sus necesidades y capacidades actúan como motor del laboratorio.
- c) Centrado en problemas sociales ambiciosos. Se presta atención a problemas sistémicos frente a situaciones de carácter más contingente.
- d) Cuestionamiento del sistema en el que se halla inmerso. Plantea modelos alternativos de funcionamiento.
- e) Desarrollo de nuevas metodologías para el cambio. El proceso adquiere al menos tanta importancia como el resultado final.
- f) Multidisciplinariedad y transversalidad, combinando en equipos a personas de muy diverso perfil.
- g) Escalabilidad de las propuestas generadas. La vocación de las propuestas que se generan es, una vez probadas, que puedan ser aplicadas en contextos más amplios.

5.2. Marco Teórico

La línea teórica que fundamenta esta investigación es “Educación y Pedagogías Críticas y Didácticas Alternativas”. Esta línea de investigación responde a un propósito único encaminado a debilitar el carácter instrumental que las políticas públicas a nivel nacional, regional e institucional le han asignado al proceso pedagógico. Asumir la pedagogía como un proceso de interacción intencionado, abre las posibilidades de investigación sobre las problemáticas inherentes a la concepción, la mediación, la

acción y la reacción de la pedagogía y la didáctica como acciones caracterizadas por su esencia alternativa y crítica (Grupo de Investigación Programa de Acción Curricular Alternativo – PACA, 2001).

Según Bravo (2008) la pedagogía crítica debe apropiarse como la base ideológica de la educación. Base ideológica que asume la participación social, la comunicación horizontal entre los diferentes actores, la significación de los imaginarios simbólicos, la humanización de los procesos educativos, la contextualización del proceso educativo y la transformación de la realidad social como fines del quehacer educativo.

Sostiene Bravo (2008) que en este contexto se suscribe la didáctica como la disciplina en la que se concreta la teoría pedagógica. La didáctica se hace visible directamente en el aula, en el proceso de interacción discursiva sobre un saber particular. La didáctica se pregunta sobre: ¿Cuáles son los contenidos relevantes para el proceso? ¿Cómo se debe desarrollar el proceso de enseñanza aprendizaje? ¿Por qué se deben enseñar y aprender esos contenidos y no otros? ¿Cuáles son las incidencias que tiene enseñar y aprender ese saber? ¿Quiénes son o serán los usuarios de ese conocimiento? ¿Dónde y cuándo ese saber será de utilidad para resolver problemas individuales o sociales? Dicho de otra manera, la didáctica se ocupa de proponer y de presentar respuestas a interrogantes propios de una disciplina y, particularmente, de proponer formas de interrelación discursiva disciplinar entre estudiantes, docentes y sociedad en general. Se preocupa por comprender, no únicamente el conocimiento, sino también por interpretar el modo de ser en la relación sujeto–saber (Ricoeur, 2006).

Lo anterior, atiende a que la educación es un concepto que se articula con la esencia del ser humano. Toma su mayor importancia al regular la relación social y la resignificación del sujeto a través de la relación con el otro enfocándose en la administración de los procesos sociales y en el aprendizaje como construcción colectiva que problematiza y genera reflexiones desde una perspectiva crítica desde donde la pedagogía según Martín Barbero (2007) se convierte en praxis cultural puesto que la cultura es invención de formas y figuras, sonidos y colores, que al tiempo que la expresan transforman la realidad, y donde el desordenamiento de los saberes y los cambios en los modos de narrar están produciendo un fuerte estallido de los moldes académicos de la sensibilidad, la reflexividad y la creatividad, colocando en un lugar estratégico el ensanchamiento de los modos de sentir y de pensar, así como la articulación entre lógica e intuición.

La didáctica no se revierte; únicamente en problemas o ejercicios de instrumentación para la enseñanza y aprendizaje de un saber, asume sobre todo el saber cómo objeto de enseñanza y de aprendizaje en contextos de interacción académica y social, como objeto susceptible de ser utilizado para la formación del sujeto, para la reconstrucción de la sociedad y para la reinterpretación de la cultura. Es un campo en el que la razón de la voluntad tiene concreción en la práctica (Kant, 2003 citado por Bravo, 2008); en el que el decir es hacer (Austin, 1981 citado por Bravo, 2008).

Desde esta perspectiva, el conocimiento deja de ser el dominio exclusivo de los intelectuales y sus herederos más especializados investigadores y tecnócratas para convertirse en un medio común a través del cual las sociedades se organizan y

cambian. No hay sino una imaginación humana que formula e inventa, gesta hipótesis y crea música o poesía. Y es la misma imaginación que se expresa también en la participación movilizando y renovando el capital social: esa "tasa" de confianza y reciprocidad sin las que la sociedad se deshace, se convierte así la pedagogía en política puesto que el acceso a la expresión y la creación cultural es experimentado por los alfabetizados como un proceso de lucha para hacerse reconocer en cuanto actores del proceso social (Martín Barbero, 2007).

En este contexto didáctico, algunos de los elementos que se tienen en cuenta en la interrelación estudiante–saber–profesor y sociedad son los siguientes (Bravo, 2008):

- a. La controversia o el conflicto de intereses sobre un contenido. Plantea el desacuerdo o polémica sobre un tema o un caso particular de la disciplina objeto de estudio.
- b. El objeto o problema real. Es el pretexto para generar conocimiento en el contexto de la disciplina especial y, sobre todo, el estímulo para generar actitudes responsables frente a la propia cotidianidad desde el saber.
- c. El objetivo o fines del proceso. Son los propósitos epistemológicos de la disciplina específica, las intenciones políticas y pragmáticas que impulsan el desarrollo de actividades particulares.
- d. El o los destinatarios. Son las personas quienes regulan y modifican el discurso y las actividades, ya que se establecen como usuarios del proyecto. En otras palabras, son los afectados por el saber en unas condiciones particulares de aplicación.

- e. El lugar social. Es el factor que condiciona el diseño y ejecución del proyecto didáctico; es la cotidianidad más cercana a los actores del proceso educativo. En conjunto con el anterior componente, establece el contexto pragmático de aplicación del saber específico.

Con base en lo anterior, se conjetura que la didáctica es un acontecimiento marcado por encuentros y por relaciones entre los actores y las actividades educativas; y en cualquier sentido, no se puede evadir la siguiente noción (Bravo, 2008):

La experiencia educativa es también administrativa y pedagógica, la escuela por ejemplo se convierte en taller, fábrica y laboratorio; y la pedagogía se instrumentaliza, la didáctica se arma de técnicas, procedimientos y cálculos, así adquiere la idea de inteligencia sobre los procesos. El modelo escolar es entonces una práctica de adquisición de un saber calificado, de identidad con una profesión y de acceso a las formas de ser un individuo social, que vive porque trabaja, que es ético porque es disciplinado y que progresa porque se mueve insistentemente. (Quiceno, 1993: 72 citado por Bravo, 2008).

Desde esta postura, se considera pertinente realizar un abordaje teórico - investigativo de la pedagogía crítica y didáctica desde el desarrollo del pensamiento epistemológico en Educomunicación, el cual se inscribe en el contexto de las Ciencias Sociales como campo de estudio y de conocimiento, además se encuentra cruzado y enmarcado entre dos conjuntos de ciencias que han tenido desarrollos desiguales en su consolidación como tales, tanto por el ritmo de sus progresos como por la distinta duración en su evolución histórica. Esos dos conjuntos de ciencias son las ciencias de

la educación y las ciencias de la comunicación. Las primeras han tenido un proceso histórico más dilatado. Las segundas, en cambio, son en realidad ciencias nuevas, pero su desarrollo ha sido vertiginoso, sobre todo a lo largo del presente siglo. (Parra, 2000).

Según Parra (2000) la educomunicación pone en evidencia la importancia de las interrelaciones entre los procesos de aprender y de formarse con los procesos de mostrar, difundir e intercambiar opiniones, pensamientos, sentimientos, apreciaciones, en suma, toda suerte de productos comunicacionales. La educomunicación es la pedagogía que orienta y enseña cómo desarrollar aprendizajes significativos, y a la vez, cómo consumir productivamente los mensajes que nos vienen de los mass media y el intercambio de pensamientos que se producen en la convivencia social convirtiéndose así en una línea orientadora, que cual conjunto estructurado de elementos teóricos y metodológicos está destinado a apoyar el ejercicio de decodificación de los mensajes, así como el desarrollo de los aprendizajes.

Los tópicos que aborda de manera preferencial la educomunicación son: medios y fines de la comunicación educativa, la gestión de la comunicación educativa, la educación audiovisual y la conciencia crítica, el juego de la televisión, la televisión y el desarrollo cognoscitivo infantil, la familia y los medios, la educación a distancia en el nuevo entorno tecnocultural, las nuevas tecnologías y educación formal, la educomunicación y los cambios tecnológicos. (Parra, 2000).

Así las cosas, para finalizar este apartado, se considera pertinente indicar que, si comunicar es compartir en significación, participar es compartir en acción. La educación sería entonces el decisivo lugar de su entrecruce. Pero para ello deberá convertirse en el espacio de conversación de los saberes y las narrativas que

configuran las oralidades, las literalidades y las visualidades. Pues desde los mestizajes que entre ellas se traman es desde donde se vislumbra, expresa y toma forma el futuro. (Martín Barbero, 2007).

5.3. Marco Conceptual

Los conceptos que se referencian como determinantes en el marco de esta investigación son: Ciencia abierta, co-construcción e innovación abierta, Comunicación, Creatividad, Educación, Educomunicación, Innovación Educativa, Interdisciplinariedad, Medialab Universitario, Pedagogía Crítica y Didáctica, Saber en la era de la información y Transdisciplinariedad. A continuación, se presenta la definición de cada uno de ellos:

Ciencia abierta, co-construcción e innovación abierta: la ciencia abierta abre un espectro de posibilidades de producción de recursos y uso en ámbitos sociales y culturales para la creación colectiva y, con ello, la posibilidad de trabajar con saberes compartidos. En los años recientes, las tecnologías e Internet han posibilitado prácticas abiertas y a su vez, la comunidad académica ha venido aportando evidencias sobre los hallazgos que han emanado. La ciencia abierta trae consigo la posibilidad de la co-construcción compartida y de generación de innovación abierta, tanto para aportar en ámbitos públicos, como en contextos privados. Esta intersección requiere una mirada especial para abonar a la investigación científica, aportar posibilidades para el desarrollo y usar tecnologías con acceso abierto, de manera concreta en los contextos de educación, humanidades, comunicación, estudios de alfabetización mediática, datos cualitativos, ciencia ciudadana, entre otros.

Comunicación: La comunicación es un hecho social omnipresente y permanente, que se expresa en el intercambio de experiencias, conocimientos,

emociones, pensamientos; de modo que quienes participan de ese intercambio se encuentran en capacidad de presuponer sentidos o conceptos similares. La comunicación, entonces, hay que asumirla como una praxis colectiva que, se instituye y manifiesta a través de formas simbólicas y de sistemas de significación, cuya esencia radica en la percepción, generación, producción, intercambio, aceptación-negación de realidades. Fases: De emisión, De mensaje, De circulación de los mensajes, De percepción, Marcos de referencia y Cuestiones sociales generales. (Parra, 2000).

Creatividad: la creatividad es un concepto que alude a uno de los procesos cognitivos más sofisticado del ser humano, todo apunta a que se encuentra influida por una amplia gama de experiencias evolutivas, sociales y educativas y su manifestación es diversa en un sin número de campos. Se ha definido de diferentes formas e inclusive en la contextualidad de estas definiciones se puede observar el momento de evolución del mismo concepto, siendo las constantes en este proceso: la novedad y la aportación. En definitiva, la creatividad no puede ser abordada como un rasgo simple de los seres humanos, es indudable que aspectos como: la mente, los procesos cognitivos que en esta se llevan a cabo, la personalidad, la motivación, las emociones y el mundo afectivo, juegan un componente singular en este proceso. (Serrano, 2004).

Educación: en Colombia la educación se define como un proceso de formación permanente, personal cultural y social que se fundamenta en una concepción integral de la persona humana, de su dignidad, de sus derechos y de sus deberes. Las notas fundamentales de la naturaleza del servicio educativo, se encuentran en la Constitución Política. Allí se indica, por ejemplo, que se trata de un derecho de la persona, de un servicio público que tiene una función social y que corresponde al Estado regular y

ejercer la suprema inspección y vigilancia respecto del servicio educativo con el fin de velar por su calidad, por el cumplimiento de sus fines y por la mejor formación moral, intelectual y física de los educandos. También se establece que se debe garantizar el adecuado cubrimiento del servicio y asegurar a los menores las condiciones necesarias para su acceso y permanencia en el sistema educativo. El sistema educativo colombiano lo conforman: la educación inicial, la educación preescolar, la educación básica (primaria cinco grados y secundaria cuatro grados), la educación media (dos grados y culmina con el título de bachiller), y la educación superior. (MEN, 2010).

Educomunicación: la educomunicación se inscribe en el contexto de las ciencias sociales. Como campo de estudio y de conocimiento se encuentra cruzada y enmarcada entre dos conjuntos de ciencias que han tenido desarrollos desiguales en su consolidación como tales, tanto por el ritmo de sus progresos como por la distinta duración en su evolución histórica. Esos dos conjuntos de ciencias son las ciencias de la educación y las ciencias de la comunicación. Las primeras han tenido un proceso histórico más dilatado. Las segundas, en cambio, son en realidad ciencias nuevas, pero su desarrollo ha sido vertiginoso, sobre todo a lo largo del presente siglo. (Parra, 2000).

Innovación Educativa: la introducción de cambios que producen mejora, cambios que responden a un proceso planeado, deliberado, sistematizado e intencional (Salinas, 2004). Como proceso que es, supone la conjunción de hechos, personas, situaciones e instituciones, actuando en un período de tiempo en el que se dan una serie de acciones para lograr el objetivo propuesto (Havelock y Zlotolow, 1995). Este proceso se caracteriza por la complejidad derivada del hecho de introducir cambios sustanciales en los sistemas educativos ya que implican nuevas formas de

comportamiento y una consideración diferente de los alumnos. Para Fullan y Stiegelbauer (1991) los procesos de innovación relacionados con las mejoras en los procesos de enseñanza - aprendizaje implican cambios relacionados con la incorporación de nuevos materiales, nuevos comportamientos y prácticas de enseñanza y nuevas creencias y concepciones. (Salinas *et al*, 2008).

Interdisciplinariedad: construcción de intercambios teóricos, intertextualidades, que permiten pensar los medios y las industrias culturales como "matices de desorganización y reorganización de la experiencia social y la nueva trama de actores y estrategias de poder". (Martín Barbero, 1997, citado por Moragas, 2011).

Medialab Universitario: los medialabs universitarios pretenden, por un lado, servir de nexo entre la sociedad y la academia, convirtiéndose en un espacio de cocreación y colaboración ciudadana. Muy relacionado con este perfil, está su carácter docente y divulgador, sirviendo de canal bidireccional a través del cual ciudadanos e investigadores se influyen mutuamente y comparten conocimientos. Por último, destaca su perfil investigador, siendo motor de innovación educativa, social y digital, y perfilándose como el lugar idóneo para la experimentación y el ensayo de nuevas metodologías y fórmulas educativas y de participación ciudadana. (Romero y Robinson, 2017).

Pedagogía Crítica y Didáctica: la pedagogía crítica es una opción que facilita el trabajo escolar en función del reconocimiento del sujeto como agente de cambio social. Es un espacio conceptual en el que los problemas individuales o colectivos toman vigencia para ser analizados a la luz de la teoría y de la práctica; es la posibilidad de humanizar la educación. En este contexto, el currículo se diseña y se implementa como

una alternativa que cuestiona los modos de vida académica y los estilos de vida que han generado el estado y la sociedad como tal. Y la didáctica se gesta como el diálogo, estudiante–saber–profesor y sociedad, con perspectivas funcionales, como el reencuentro de la academia con las dificultades y los proyectos colectivos.

Saber en la era de la información: La "sociedad de la información" no es solo aquella en la que la materia prima más costosa es el conocimiento sino también aquella en la que el desarrollo económico, social y político, se hallan estrechamente ligados a la innovación, que es el nuevo nombre de la creatividad y la invención. (Martín Barbero, 2007).

Transdisciplinariedad: “la transdisciplinariedad sería un conocimiento superior emergente, fruto de un movimiento dialéctico de retro- y pro-alimentación del pensamiento, que nos permite cruzar los linderos de diferentes áreas del conocimiento disciplinar y crear imágenes de la realidad más completas, más integradas y, por consiguiente, también más verdaderas”. (Martínez, 2007, p. 17). La transversalidad trasciende la unidisciplinariedad para ubicarse en la multidisciplinariedad, permitiendo el enriquecimiento de una disciplina con otra, y la interdisciplinariedad, que conduce a un orden epistémico y metodológico de una a otra, todo esto motivado por superar el conocimiento fragmentario de las disciplinas particulares, elemento que genera una incapacidad para comprender la compleja realidad social al desconocer la multiplicidad de interconexiones que la conforman.

5.4. Marco Contextual

El surgimiento de los “medialabs” o laboratorios de medios se da en un contexto de crisis según Salaverría (2012) caracterizado por una profunda depresión financiera

que sufren los países occidentales desde finales de 2007. En segunda instancia, se habla de una crisis silenciosa que deriva de la transformación tecnológica a la que ha sido sometida la industria mediática desde los años 90, socavando elementos fundamentales del negocio mediático tradicional. Tal como sostiene Donaire (2016) citando a Amoedo *et al.* (2014), es importante considerar en este entorno el fenómeno de la convergencia digital, desde donde señala Fidler (1997) en Donaire (2016) que la industria ha experimentado una “mediamorfosis” donde los nuevos medios no reemplazan a los anteriores, sino que conviven y se transforman mutuamente, incluso desde la generación de nuevos perfiles ocupacionales tales como: Planificador de Medios Sociales (*Social Media Planner*), Responsable de la Reputación Digital (*Community Manger*), Experto en SEO (*Search Engine Optimization*), Experto en SEM (*Search Engine Marketing*), Responsable del Tráfico On Line (*Trafficker*), Analista Web (*Web Analytics*), Arquitecto de la Información Digital (*Information Architect*), Experto en Usabilidad Web, Gestor de Contenido (*Digital Content Manager*), Desarrollador o Diseñador Multimedia, etcétera.

El anterior panorama exige según Casero – Ropollés (2010) citado en Donaire (2016) reinventar el modelo de negocio, de tal manera que el ecosistema mediático responda a las demandas de sus nuevos públicos sin perderse en la marea de la aceleración digital, asegurando así la sostenibilidad de un ejercicio mediático de calidad a partir del concepto poliédrico “innovación”, denominado así por Schumpeter (1934), proceso que cambia los fundamentos de la industria mediática en general de forma creativa para promover objetivos sociales, puesto que según Donaire (2016) citando a Bruns (2014) la innovación es inevitablemente también una fuente de cambio social.

Téngase en cuenta que la innovación conduce a la creatividad y el éxito dentro de un entorno competitivo.

En consecuencia, según Cerdas, R., Céspedes, C., y Cortés, M. (2018), los laboratorios de innovación como un espacio físico y/o virtual dirigido a generar propuestas de solución, en un marco de experimentación, investigación y difusión de metodologías y herramientas innovadoras, en aras de generar soluciones con un conjunto de actores que generan valor público y aportan nuevos canales de participación y colaboración, vienen a ser un apoyo transversal a la gestión en el gobierno de un país.

Desde el contexto universitario, indican Cerdas, R., Céspedes, C., y Cortés, M. (2018, p. 9), podría definirse un laboratorio de innovación como: “un espacio donde se reúne a un grupo inusual de participantes, atravesando los límites de las industrias, las profesiones y las culturas, para alimentar la innovación colaborativa. Estos, con sus aspiraciones de fomentar el cambio sistémico, se han convertido en un pilar de la escena de la innovación social”. Se intuye entonces que el laboratorio de innovación implica la relación de la universidad con la sociedad y sus diferentes actores a partir de las siguientes etapas de acuerdo con UNICEF, en Cerdas, R., Céspedes, C., y Cortés, M. (2018, p.10):

- Conformación: definición del laboratorio: definir los beneficiarios (quienes podrían necesitarlo); definir infraestructura; definir las diferentes temáticas a investigar (desarrollo de productos y servicios, participación comunitaria); definir el enfoque.

- Piloto: creación de alianzas e identificación de asociados que colaborarán con el laboratorio, generación de redes articuladas para la puesta en marcha de diversos proyectos. Posibles oportunidades.
- Operatividad: definición de recursos: presupuesto, recurso humano, actividades de laboratorio. Definir objetivos, metas a desarrollar y estrategias concretas.
- Definición de modelos de proyectos: desarrollo de iniciativas, metodología y estímulos.

En otras palabras, el sector académico tiene fortalezas en materia de conocimiento técnico, capacidad de investigación y entusiasmo. Las asociaciones con instituciones académicas suelen consistir en un acuerdo con una universidad local por el que estudiantes de departamentos asociados tienen la oportunidad de obtener experiencia en el mundo real ayudando a crear proyectos que hacen una diferencia en su comunidad en línea con las siguientes características (UNICEF citada por Cerdas, R., Céspedes, C., y Cortés, M. (2018, p. 11):

- Intención y motivación para generar soluciones disruptivas, teniendo conciencia de los principales retos del presente y del futuro.
- Heterogeneidad.
- Probar y aceptar el fracaso como parte del progreso.
- Descubrir el futuro.
- Desarrollo de soluciones tangibles, no solo ideas.
- Repensar el sistema y trabajar para transformarlo.

Se advierte entonces, la necesidad de formar profesionales con formación polivalente y multidisciplinar, con capacidades conceptuales, técnicas y prácticas en el área de la comunicación audiovisual, multimedia e Internet, con una perspectiva analítica y crítica, en línea con lo planteado por Bonet (2006), potenciando un planteamiento multisoporte que permita la migración del lenguaje lineal secuencial a un nuevo modelo que apueste por una concepción creativa y práctica de los medios en la cultura digital, así como la construcción de una nueva estructura temporal de aprendizaje en la enseñanza de habilidades, consistente en dominar instrumentos necesarios para el ejercicio de la comunicación, y practicar y analizar los diferentes lenguajes y la creatividad.

6. Diseño Metodológico

6.1. Tipo de Investigación

El estudio propuesto es de tipo cualitativo en atención a que según Hernandez - Sampieri (2010) esta tipología de investigación se caracteriza por explorar fenómenos en profundidad, se conduce básicamente en ambientes naturales, los significados se extraen de los datos y no se fundamenta en la estadística. De otro lado, se trata de un proceso inductivo, recurrente, que no tiene una secuencia lineal, que analiza múltiples realidades subjetivas que plasman las vivencias de los sujetos que participan de los escenarios de Medialab sugeridos en esta investigación (Minutos de Difusión, Terrenos UVD, Radio UVD y Medialab by Sumercé), lo anterior, permite que se examinen con mayor riqueza interpretativa los resultados obtenidos en la investigación, atendiendo a la profundidad y amplitud del contexto fenomenológico seleccionado, que para el caso específico se remite al programa de Comunicación Social modalidad Virtual y Distancia de la Corporación Universitaria Minuto de Dios.

6.2. Tipo de diseño de investigación

Esta investigación sigue un diseño descriptivo, asunto que de acuerdo con Hernandez - Sampieri (2010) se articula con la fase de revisión de literatura y la perspectiva del estudio propuesto al intentar especificar propiedades, características y rasgos importantes del fenómeno Medialab desde del grupo objeto de estudio, educandos del programa de Comunicación Social de UNIMINUTO Virtual y a Distancia que participan en los proyectos: Minutos de Difusión, Terrenos UVD, Radio UVD y Medialab by Sumercé, de tal manera que, este tipo de diseño es funcional para esta

pesquisa en la medida en que es útil para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones del fenómeno seleccionado basado en la medición de uno o más atributos del mismo desde el escenario de sus posibilidades educomunicativas, el ejercicio de una pedagogía crítica y la puesta en marcha de didácticas alternativas.

6.3. Población y Corpus

La población escogida para este estudio se conforma por 35 estudiantes del programa de Comunicación Social de UNIMINUTO Virtual y a Distancia que participan en los proyectos: Minutos de Difusión, Terrenos UVD, Radio UVD y Medialab by Sumercé. En consecuencia, el corpus que se determinó para la aplicación de instrumentos, es un corpus representativo de 33 estudiantes de vinculación continua durante un año a los proyectos en mención desde el escenario macro de Sala de Prensa del programa académico indicado arriba, lo anterior se debe a que según la perspectiva del investigador la experiencia de estos estudiantes como ejecutores de distintos proyectos de Medialab ha permitido en ellos la construcción de aprendizajes significativos a partir del desarrollo de competencias o habilidades creativas e innovadoras desde su campo profesional.

6.5. Categorías de análisis

Las categorías de análisis que se lograron identificar en un contexto de efectividad y pertinencia para la medición del fenómeno “Medialab” son: Educación, Pedagogías Críticas, Didácticas Alternativas, Formación en comunicación y Perfiles Ocupacionales del Comunicador Social en Medios Digitales.

6.6. Operacionalización de Ejes

Tabla 1.

Operacionalización de ejes de la investigación.

Eje	Dimensión	Ítem
Educación	Creatividad e Innovación	¿Cómo incide el ejercicio de Medialab en el desarrollo de la creatividad e innovación como habilidades primarias en el comunicador social en formación?
	Transversalidad	¿Es el ejercicio de Medialab, un ejercicio transversal a la formación del nuevo Comunicador Social?
	Interdisciplinariedad	¿Es la interdisciplinariedad un elemento característico del ejercicio de Medialab? ¿El ejercicio de Medialab contribuye al desarrollo de un perfil ocupacional integral para el nuevo Comunicador Social?
Pedagogías Críticas y Didácticas	Habilidades/Competencias	¿El ejercicio de Medialab fomenta el desarrollo de habilidades blandas como: liderazgo, responsabilidad, sociabilidad, trabajo en equipo, adaptabilidad, creatividad y optimismo en el comunicador social en formación?
	TIC	¿Cómo se vinculan las TIC al ejercicio de Medialab?
	Transformación social	¿Qué aportes social, académico e institucional se desprenden del ejercicio de Medialab?
Formación en comunicación	Retos	¿Qué retos ocupacionales y profesionales percibe como nuevo comunicador social? ¿Contribuye el ejercicio de Medialab a la resolución de esos retos?

Nota: Operacionalización de ejes de la investigación. Martínez y Perez, 2018.

6.7. Técnica e Instrumento de Investigación

La entrevista de grupo focal, según Sandoval (1996) es una técnica de recolección de información utilizada mayoritariamente en el desarrollo de investigaciones aplicadas sobre asuntos relacionados al análisis de los efectos de los usos de los medios masivos de comunicación y en la discusión de problemáticas importantes que afectan conglomerados humanos específicos. Asegura Sandoval (1996) que una de las características fundamentales de esta técnica es su carácter colectivo, se le denomina focal por dos motivos: el abordaje a fondo de un número muy reducido de tópicos o problemas y la identificación de alguna particularidad relevante desde el punto de vista de los objetivos de la investigación para la selección de los participantes. Finalmente, señala Sandoval (1996) que la entrevista focal es semiestructurada y, al igual que otras estrategias de investigación cualitativa, va enriqueciéndose y reorientándose conforme avanza el proceso investigativo. Desde el punto de vista metodológico, es adecuado emplearla, o bien como fuente básica de datos, o bien como medio de profundización en el análisis.

Para la investigación realizada se estableció la técnica de grupo focal en atención a la proximidad que ofrecía con el corpus seleccionado para el estudio, la posibilidad de construir un discurso y una reflexión colectiva en torno a la participación activa de los estudiantes en los formatos de Medialab que se desarrollan en la actualidad, año 2018, en el programa académico de Comunicación Social modalidad virtual y a distancia de la Corporación Universitaria Minuto de Dios.

Los grupos focales se desarrollaron de forma virtual del 22 al 31 de octubre de 2018, en total se realizaron nueve grupos focales, seis grupos de siete participantes y

tres grupos de seis integrantes. El día 24 de octubre se realizó un encuentro presencial con cuarenta estudiantes vinculados al proyecto en el que se discutió de manera presencial su participación en los distintos escenarios de medialab del programa en mención, el espacio físico para ello fue la Sede de Uniminuto Calle 80 de 6 p.m. a 8 p.m., en este sentido vale anotar que los encuentros virtuales también tenían en promedio una duración de dos horas.

Así las cosas, el instrumento empleado fue una entrevista de grupo focal virtualizada, que se validó por experto, para el caso específico de esta pesquisa la validación estuvo a cargo de la tutora asignada.

6.8. Procedimiento

La presente investigación se realizó en seis fases específicas según cronograma dispuesto en Anexo 3. de este documento.

Fase I. Revisión de literatura: esta fase fue transversal a toda la investigación realizada, es decir, existió una consultoría permanente de literatura sobre medialabs, tema objetivo del estudio. Dicha fase tuvo una duración de 8 meses (mayo - diciembre de 2018).

Fase II. Identificación de participantes reales y potenciales, a lo largo de esta fase se estableció el corpus de la investigación y se definieron los equipos con los cuales se iba a trabajar cada grupo focal en el momento de la recolección de la data, además se establecieron públicos pertinentes para la investigación según justificación contenida en el trabajo. Esta fase tuvo una duración de dos meses (mayo - junio de 2018).

Fase III. Diseño metodológico, durante esta fase se realizó la formulación del problema, se plantearon objetivos, métodos e instrumentos de investigación. La mentada fase se acotó en 3 meses (julio - septiembre de 2018).

Fase IV. Recolección de datos, en esta fase se aplicaron instrumentos al corpus seleccionado vía electrónica, para lo cual se generó un formulario en google que fue compartido por correo electrónico en atención a los encuentros virtuales bajo técnica de grupo focal acordados con los estudiantes a través de Hangout. Esta fase tuvo una duración de cuatro meses (septiembre – diciembre 2018).

Fase V. Resultados y análisis de la información, una vez finalizado el trabajo de campo se procedió al análisis de resultados a la luz de los objetivos de investigación propuestos en línea con las categorías de análisis establecidas: educación, pedagogías críticas y didácticas y formación en comunicación. Esta fase se agotó en dos meses (octubre – noviembre de 2018).

Finalmente, se desarrolló la **Fase VI. Elaboración de conclusiones y recomendaciones**, se establecieron conclusiones y recomendaciones acompañadas de una propuesta de intervención que apunta al desarrollo de un modelo estratégico de medialab para el programa de Comunicación Social de la Corporación Universitaria Minuto de Dios modalidad Virtual y a Distancia. La fase en mención se desarrolló en un mes (noviembre – diciembre de 2018).

7. Resultados

A continuación, se exponen los resultados obtenidos de los distintos grupos focales realizados en el mes de octubre de 2018, de acuerdo con lo descrito en el diseño metodológico de forma virtual y presencial. Téngase en cuenta que el corpus

total de la investigación estuvo compuesto por estudiantes que participan activamente del proyecto macro “Sala de prensa” comprendido por: Minutos de Difusión, Terrenos UVD, Radio UVD y Medialab by Sumercé. Los estudiantes seleccionados tienen una vinculación activa a estos proyectos de entre seis meses y dos años, referente de análisis de aprendizajes significativos, desarrollo de competencias o habilidades creativas e innovadoras desde su campo profesional.

En los grupos focales se trabajaron las siguientes preguntas: ¿Cómo incide el ejercicio de Medialab en el desarrollo de la creatividad e innovación como habilidades primarias en el comunicador social en formación? ¿Es el ejercicio de Medialab, un ejercicio transversal a la formación del nuevo Comunicador Social? ¿Es la interdisciplinariedad un elemento característico del ejercicio de Medialab? ¿El ejercicio de Medialab contribuye al desarrollo de un perfil ocupacional integral para el nuevo Comunicador Social? ¿El ejercicio de Medialab fomenta el desarrollo de habilidades blandas - competencias no-cognitivas - como: liderazgo, responsabilidad, sociabilidad, trabajo en equipo, adaptabilidad, creatividad y optimismo en el comunicador social en formación? ¿Cómo se vinculan las TIC al ejercicio de Medialab? ¿Qué aportes social, académico e institucional se desprenden del ejercicio de Medialab? ¿Qué retos ocupacionales y profesionales percibe como nuevo comunicador social? ¿Contribuye el ejercicio de Medialab a la resolución de esos retos?

Cada grupo focal se compuso de entre 6 y 7 integrantes, para efecto de la presentación de resultados se citan las 60 respuestas obtenidas por pregunta acompañadas de un análisis general de las respuestas totales obtenidas por ítem. Subyacen a esta, el análisis de las tablas con preguntas y respuestas por cada ítem,

además, en la parte superior de cada tabla se indica eje y dimensión del ítem según lo dispuesto en la Tabla 1. Correspondiente a la Operacionalización de ejes de investigación en el apartado de Metodología.

Así las cosas, el primer eje a analizar es “Educación” bajo la dimensión “Creatividad e Innovación” en consecuencia se formula el *Ítem 1. ¿Cómo incide el ejercicio de Medialab en el desarrollo de la creatividad e innovación como habilidades primarias en el comunicador social en formación?*

Eje: Educación		Dimensión: creatividad e innovación
Ítem 1: Creatividad e Innovación ¿Cómo incide el ejercicio de Medialab en el desarrollo de la creatividad e innovación como habilidades primarias en el comunicador social en formación?		
Sujeto 1	Incide en su formación de una forma inmediata, ya que en estos espacios en donde el comunicador despeja su mente y comienza a conocer proyectos de diferentes ramas que lo conducen a ser más exigentes con sus trabajos y a querer llevar el mismo nivel de profesionalismo que se maneja en el mundo.	
Sujeto 2	Minutos de difusión ha fomentado en mí el interés por desarrollar nuevos conocimientos en los que la creatividad y la innovación son fundamentales.	
Sujeto 3	Considero que influye mucho, estos formatos para producir contenido son bastantes importantes para la formación como comunicador, además que el uso y conocimiento de los mismos, ayudan a desarrollar mayor nuestras habilidades y destrezas, adicional potencia nuestro conocimiento en estos temas tan importantes, y a generar contenidos que a través de lo audiovisual generan mayor entendimiento hacía un tema.	
Sujeto 4	Influye bastante ya que su uso es vital en la vida laboral, debería implementarse desde los primeros momentos hasta los últimos ya que el medialab contempla todo lo relacionado con la cultura digital desde la investigación, intercambio de conocimientos, fotografía, edición, manejo de cámara hasta el montaje de un documental.	
Sujeto 5	Para nadie es un secreto que las comunicaciones han tenido un gran cambio con el auge de las nuevas tecnologías y la forma en que nos comunicamos, avanzando a una gran velocidad. Pues este ejercicio incide en un su gran mayoría ya que el tema de la medialab permite que el nuevo comunicador social se enfrente a retos de crear nuevos contenidos que generen gran audiencia, creando así un perfil que se acomode a los nuevos cambios y forma de generar información y contenido	
Sujeto 6	Un laboratorio es utilizado como campo de práctica, sin el cual se hace imposible generar el desarrollo de la labor u oficio profesional de cualquier ciencia u oficio. Medialab es un laboratorio en comunicación que da herramientas y proyecta el que hacer del comunicador. Dentro de este laboratorio son varios factores los que le entregan dinamismo propio. Algunos de estos, son la creatividad e innovación, importantes para el desarrollo de las prácticas y habilidades del individuo que anhela una formación integral. Al mismo tiempo, el constante contacto con experiencias digitales, gráficas y sonoras, propias del laboratorio, refuerzan el libre desarrollo de la mente e impulsa a la acción para volver realidad esos pensamientos creativos.	

Sujeto 7	La oportunidad de crear de forma conjunta colectiva y libre de parámetros curriculares permite proponer. Entre más creativa e innovadora sea una propuesta, más probabilidad hay de participación y aceptación, por cuanto mayor nivel de cooperación. Así es como incide en la formación profesional: promueve el pensamiento libre y crítico en consonancia con la construcción social.
Sujeto 8	El mundo está en un constante cambio que obliga al ser humano a cambiar, y en ocasiones a lo que se llama actualizarse, pero en general los cambios son buenos, pues, partiendo desde la actualización y modernización, las Medialab nos permite encontrar las herramientas adecuadas para desarrollar dichas competencias en las diferentes plataformas como son las redes sociales, una ventana hacia un nuevo medio de comunicación cambiante, actualizado en tiempo record y con mucha participación de la ciudadanía, llevándonos a crear contenidos de interés y que permiten llegar a audiencias mucho más amplias que lo tradicional de los comunicadores sociales.
Sujeto 9	Influye en el aprendizaje del comunicador, pues es indispensable que éste no solo aprenda teoría en la universidad, sino también que practique y salga a aplicar los conocimientos, para esto la Medialab es una ventaja y un gran beneficio para desarrollar habilidades competentes a la hora de salir de estudiar.
Sujeto 10	Manteniéndolo a la vanguardia de las exigencias multiculturales que exigen que el comunicador este en constante adaptación a los cambios para tener un buen desempeño en su profesión.
Sujeto 11	Si porque este espacio no ayuda a fortalecer y abrir nuestra mente generando nuevos contenidos innovadores para las personas, siendo creativos con los equipos que nos brindan.
Sujeto 12	A través del Medialab se nos plantean diferentes situaciones que nos retan a desarrollar nuevos métodos de generación de contenidos que lleguen a la audiencia actual, de esta manera nos permiten de manera autónoma ir generando estas habilidades.
Sujeto 13	El laboratorio de ideas es un espacio académico abierto interactivo e intuitivo donde los estudiantes son capaces de desarrollar conocimientos en la gestión y creación de contenidos con herramientas gratuitas y pagas. Con estos programas el estudiante está en capacidad de ofrecer productos audiovisuales con calidad profesional que apunten a sus competencias, como lo son el manejo de medios digitales enfoque que tiene el comunicador social UVD.
Sujeto 14	Medialab como ejercicio de presentación de nuevos ideales para la comunicación humana y formación de actividades estratégicas incide en el comunicador como un punto a desarrollar de manera creativa y nueva. Las exigencias de cualquier trabajo nos llevan a pensar de forma cuadrículada, sin necesidad de recurrir a algo innovador para generar soluciones, dentro de esta idea el medialab como exigencia de trabajo incide en pedirle una solución creativa a los comunicadores y/o cualquier persona que intervenga en un proyecto como un Medialab.
Sujeto 15	Hace parte de una nueva forma de poder transmitir y llegar a la población.
Sujeto 16	Explora el desarrollo inicial de los modelos comunicativos dentro de su proceso descubriendo las características y funcionalidades de los medios de comunicación como base para su futuro desarrollo personal.
Sujeto 17	Por convocatoria del director encargado.
Sujeto 18	Para el Comunicador es el laboratorio que le permite probarse y formarse en el campo práctico.

Sujeto 19	Es un espacio precisamente ubicado para nosotros como futuros comunicadores, ya que, permite la interacción abierta con los demás comunicadores o demás personas que hagan parte del mismo, haciendo que todos compartan ideas e innoven en conjunto.
Sujeto 20	Es una forma muy creativa y original para llamar la atención la demás gente así se capta y se puede dar un mensaje de difusión.
Sujeto 21	La experiencia con Medialab es buena, aunque el tiempo es muy corto en cabina.
Sujeto 22	Ayuda a desarrollar destrezas que los estudiantes tenían ocultas, incentiva a crear nuevos productos para que su proyecto crezca.
Sujeto 23	Crear nuevos procesos y proyectos para llevar una información veraz.
Sujeto 24	Incide demasiado, ya que para mí la innovación y creatividad son parte importante de nuestra labor en sala de prensa .
Sujeto 25	Cuando se generan espacios donde se pueden ejecutar las teorías, como estudiante se desarrollan muchísimo mejor las habilidades enseñadas dentro de las aulas. El acompañamiento por parte de los docentes en estos proyectos fortalece los aprendizajes de los estudiantes.
Sujeto 26	Creo que es muy importante, ya que por medio de este laboratorio de multimedia se puede desarrollar un gran potencial en los estudiantes para ir creando contenidos con una gran influencia y de una buena calidad.
Sujeto 27	Pienso que el ejercicio Medialab mediante espacios como talleres de formación, seminarios, debates entre otros procesos de integración, permite a los comunicadores proponer ideas y desarrollar proyectos entorno a la ejecución y realización de nuevos contenidos.
Sujeto 28	Hoy en día el comunicador social debe ser integral, Medialab ofrece precisamente eso, proporcionar esas herramientas que aporten al desarrollo y aplicación de esa creatividad.
Sujeto 29	Permite acceder a creaciones en diferentes espacios de producción, ya que se abren diferentes opciones de proyectos en los que se desarrollan, la creación y el emprendimiento para el crecimiento profesional y prácticas de un comunicador social en formación.
Sujeto 30	Es importante y muy bueno que se aplique.
Sujeto 31	Incide a medida que se van dando las emisiones se logra más habilidades y recursos motores para el buen desarrollo del programa.
Sujeto 32	Aprendemos a comunicarnos asertivamente, creando conocimiento real.
Sujeto 33	Tiene una incidencia positiva porque nos ayuda a fianza las habilidades.
Sujeto 34	Desarrollo de habilidades en comunicación y refuerzo y actualización de conocimientos financieros.
Sujeto 35	Incide de manera importante toda vez que facilita del desarrollo de las competencias del comunicador social y de los integrantes de los espacios radiales que se producen.
Sujeto 36	En la creación de contenidos para espacios radiales, como es mi caso, es importante ser creativo e innovador, al llevar un tema a un espacio tan corto y con la dinámica que tiene la radio, se debe tener estas dos competencias claras, es necesario que dichos contenidos sean cortos, concretos, pero en especial que llamen la atención y que impacten. Otro caso que se podría nombrar, es lo que sucede cuando el programa se encuentra al aire, y en el desarrollo del mismo se puede presentar situaciones que obliguen a la improvisación, es por ello que el comunicador debe ser creativo en el momento de realizar dichas intervenciones para que el oyente no sienta un bache o una ausencia que genere inseguridad o falta de credibilidad.

Sujeto 37	Incide en el momento en que el nosotros mismos podemos hacer el ejercicio de generar contenidos y hacer los productos por nosotros mismos.
Sujeto 38	Incide positivamente el ejercicio medialab en relación a los campos de acción del comunicador, pues la creatividad y la innovación es el resultado de una gestión previa de contenidos para el programa radial que llevamos a cabo.
Sujeto 39	Los diversos espacios y actividades de experimentación y co-creación de contenidos en sus múltiples formatos, son para la formación del aspirante a título de comunicador Social una buena opción para ampliar las bases teóricas adquiridas y llevarlas a la práctica, permite también la auto exploración y el desarrollo de habilidades inexploradas.
Sujeto 40	Los espacios de Medialab nos permiten como comunicadores en formación, buscar diferentes alternativas en la creación de nuevos métodos para comunicar, a la vez permite retornos en el desarrollo de alternativas innovadoras para este fin, de igual manera estos espacios permiten compartir ideas que dan paso a crear nuevos productos.
Sujeto 41	Pues es un espacio para que el comunicador innove y se valla formando bajo experiencias que nos brinda los procesos de Medialab.
Sujeto 42	Nos ayuda a desarrollar acciones que encaminan la visión de nosotros los estudiantes.
Sujeto 43	Si, ya que como comunicadores nos permite desarrollar los conocimientos adquiridos en el aula.
Sujeto 44	Desde el hecho de que el estudiante cuente con un espacio, brindado para sí y para que pueda trabajar en los temas que más le interesen motiva a que el ejercicio dentro del medialab se de forma más fiel ya que la creatividad gira en torno a ese gusto. Adicional, este espacio formativo promueve la libertad de expresión, y por ende la tranquilidad de tocar cualquier tema o idea sin que se coaccione al grupo de trabajo, por el contrario, se trabaja en pro de mejorar esas habilidades a través de seguimientos mensuales con el grupo de trabajo, o retroalimentaciones que fortalezcan la labor de quienes participamos.
Sujeto 45	Es fundamental, ya que nos permite desarrollar nuestras habilidades en un entorno práctico, generando soluciones innovadoras a los posibles problemas que se presenten en el desarrollo de nuestros proyectos.
Sujeto 46	El proyecto fomenta y propone la inmersión las nuevas tecnologías de la información y al uso de las herramientas digitales en el ejercicio de la comunicación social.
Sujeto 47	Medialab como instrumento de investigación, permite encaminar al futuro comunicador social en el campo de formación y búsqueda de nuevos conocimientos, fortaleciendo la creatividad y generación de nuevas ideas que aporten a comunicar de manera acertada. Permite un espacio de reflexión e inmersión en los espacios digitales.
Sujeto 48	Por supuesto, la creación e investigación de nuevos proyectos hacen que se desarrolle la capacidad de innovación en el comunicador, mientras que la creación de contenido Transmedia exige un desarrollo de la creatividad para generar productos nuevos.
Sujeto 49	Los medialab generan en el desarrollo de la creatividad del comunicador pensamientos diferentes e inusuales que fortalecen nuestra formación como profesionales.
Sujeto 50	En la interacción de conocimientos, en la formación sobre un tema específico, en la motivación para generar nuevos proyectos o avanzar con los ya obtenidos, en la inclusión de los interesados en este campo y finalmente en la experiencia que cada persona puede obtener o contar.
Sujeto 51	Incide en todos los aspectos ya que se pone en práctica los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera y ayuda a perfilar con que actividades te sientes más cómodo.

Sujeto 52	Es un apoyo para el desarrollo de diferentes las diferentes habilidades que como comunicador se necesitan.
Sujeto 53	Creo que este ejercicio nos permite generar conocimientos prácticos, aunque es un espacio académico podemos desarrollar destrezas profesionales como: investigación, contenidos, fuentes y diferentes recursos audiovisuales.
Sujeto 54	Permite adquirir experiencia y abarcar la profesión a una situación real. En el que se desarrollen las capacidades y se adquiera más habilidades en el campo.
Sujeto 55	Sin lugar a duda las herramientas que ofrecen las Medialab fortalecen el ejercicio del comunicador comprendiendo la importancia de apostar aún más en la era digital, en términos de comunicar. Esto sin lugar a duda incentiva a los comunicadores a crear nuevas alternativas para informar.
Sujeto 56	Ayuda a que los estudiantes tengan un espacio real para poner en práctica todos los conceptos teóricos y afianzar cada una de las herramientas que el comunicador social en formación debe tener en cuenta para enfrentar el mundo laboral.
Sujeto 57	Hace que los participantes busquen nuevas opciones para sus proyectos.
Sujeto 58	Supongo que debe de tener una gran incidencia ya que en este espacio permiten a los estudiantes realizar sus programas de difusión los cuales deben ser propios, esto origina que se motive a la creatividad e innovación.
Sujeto 59	Permite pensar de manera diferente teniendo en cuenta los distintos puntos de vista.
Sujeto 60	Un comunicador social en formación, necesita colocar en práctica sus conocimientos y enriquecerlos entrando a campo para conocer, cuál es la verdadera labor que debe ejercer como profesional, le permite proponer nuevas formas de evidenciar o hacer tangible todos los proyectos elaborados en un medialab, proyectos que, en un cargo como profesional es similar o igual. La creatividad, el desarrollo o la innovación para llevar a cabo estos proyectos se ve reflejado en los estudiantes ya que indirectamente los liga a proponer nuevas ideas, a desarrollar nuevos métodos para evidenciar todo lo propuesto desde las nuevas formas que hoy en día se hace periodismo, reflejarlo en lo digital y sobre todo desarrollarlo en los diferentes formatos que existen, junto con el ejercicio de la práctica en pro de la motivación hacia el estudiante con su profesión.

El análisis de las respuestas obtenidas en este ítem conduce a establecer de cara al objetivo general de esta investigación *“Estudiar el impacto de los laboratorios de innovación y creación de contenidos digitales como herramienta estratégica para la formación en Comunicación Social, la transformación de la profesión y sus perfiles ocupacionales”* que el proyecto Medialab incide de forma directa sobre la apuesta académico - formativa del comunicador social del programa de Comunicación Social de UNIMINUTO Virtual y a Distancia - UVD en la medida en que este adquiere destrezas para la formulación de proyectos en las distintas líneas de su formación: Medios,

Organizacional, Desarrollo y Cambio Social y Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación – NTIC, destacando su integralidad como comunicador social.

Este proyecto además genera entre el estudiantado una visión amplia y estructurada del ejercicio de la profesión a gran escala, lo anterior, debido a que el Medialab se constituye como espacio laboral de práctica y en su seno los estudiantes afianzan conocimientos disciplinares, desarrollan destrezas y habilidades creativas e innovadoras que le preparan para el campo laboral adquiriendo un perfil de formación y egreso que se ajusta a las dinámicas del mercado académico y laboral.

En relación con el primer objetivo específico de esta investigación *“Contextualizar el fenómeno de los laboratorios de innovación y creación digital como iniciativa universitaria para la creación de espacios sociales e innovadores de cocreación de conocimiento en el campo de la Comunicación Social”* debe indicarse que el proyecto Medialab propende el desarrollo del pensamiento libre y crítico como principal elemento para la cocreación o creación en colectivo estudiante – estudiante / estudiante – tutor / estudiante – tutor - cliente real, y se articula al compromiso social de UNIMINUTO, en tal medida, Medialab se constituye en herramienta de proyección social para el programa de Comunicación Social de UVD, en atención a diversos públicos o clientes reales del sector público y privado.

Además, es importante resaltar que el contexto en el que se circunscribe el proyecto Medialab es un contexto multicultural que está permeado por la figura del prosumidor, los dispositivos electrónicos y las redes sociales, es justamente esta perspectiva la punta de lanza del eje de *“Pedagogías Críticas y Didácticas”* del proyecto Medialab, el cual se enfoca al desarrollo dimensional de habilidades y competencias

fundamentales como liderazgo y trabajo en equipo. Otra dimensión que fortalece el proyecto Medialab son las competencias para el uso y manejo de NTIC tanto desde el modelo educativo Virtual y Distancia como desde el desarrollo de proyectos para plataformas digitales, apuntando al reto la transformación social, dimensión última en la que se plantea el eje en mención dentro de esta investigación.

De acuerdo con la revisión teórica realizada y la data obtenida de la aplicación de instrumentos al corpus seleccionado para esta investigación sobresale la idea de Bravo (2018) de apropiar la pedagogía crítica desde el quehacer educativo como base ideológica para participación social, la comunicación horizontal, la humanización de procesos académicos y la transformación social.

En línea con el segundo objetivo de investigación *“Analizar los laboratorios de innovación y creación de contenidos digitales como espacio universitario de acción grupal para los aprendizajes reflexivos – creativos en torno a la Comunicación Social”* se indica que Medialab es considerado por los estudiantes un espacio académico abierto, interactivo e intuitivo desde el cual aportan a la construcción social a través del diseño de herramientas digitales -gratuitas o pagas- útiles para la gestión de contenidos en los nuevos medios de comunicación para audiencias críticas emergentes derivadas del desarrollo y acceso tecnológico. Desde el eje *“Educación”*, se pueden visualizar el aporte del Medialab como motor de innovación educativa, social y digital, que impulsa la experimentación a nivel metodológico-formativo sobre la base de la transversalidad e interdisciplinariedad derivada a la propuesta académica del programa de Comunicación Social de UVD desde distintos focos: malla curricular, grupos y semilleros de investigación, proyectos de responsabilidad social, entre otros.

En lo que concierne al tercer objetivo específico de esta investigación *“Proponer la construcción de una nueva estructura de enseñanza de habilidades y destrezas para el comunicador social en el entorno digital”* la data obtenida conduce a definir el modelo del Medialab como un modelo educomunicativo que se articula al modelo praxeológico – teórico/práctico - institucional de UNIMINUTO que prepara al estudiante para ser un prosumidor/emprendedor digital, tema al que apunta el acompañamiento docente que se realiza desde los distintos frentes del proyecto: academia, investigación, proyección social, etcétera.

Finalmente, en lo que concierne al eje *“Formación en Comunicación”* los principales retos que se identifican en la data recogida son: afianzar el dialogo teoría/práctica en la formación profesional del comunicador social de UVD; generar productos creativos e innovadores para plataformas digitales en múltiples formatos; desarrollar espacios y actividades académicas para la experimentación y cocreación que permitan la autoexploración y el desarrollo de habilidades blandas entre los estudiantes; ampliar la visión del “simple estudiante” a la de estudiante emprendedor; potenciar el pensamiento problémico, crítico, innovador y creativo del estudiantado; fomentar el uso y manejo responsable de las NTIC a nivel académico, profesional y personal en el educando.

En sintonía con el eje *“Educación”* se analiza la dimensión *“Transversalidad”* tomando como referente el Ítem 2. *¿Es el ejercicio de Medialab, un ejercicio transversal a la formación del nuevo Comunicador Social?*

Eje: Educación	Dimensión: Transversalidad; trasciende la unidisciplinariedad para ubicarse en la multidisciplinariedad, permitiendo el enriquecimiento de una disciplina con otra
Ítem 2: Transversalidad ¿Es el ejercicio de Medialab, un ejercicio transversal a la formación del nuevo Comunicador Social?	
Sujeto 1	Recibir formación práctica en esencial para el comunicador en formación, ya que permite llevar al campo de la experiencia lo aprendido en las aulas.
Sujeto 2	Ciertamente en este espacio es necesario hacer uso de todas las habilidades que competen a un comunicador desde lo teórico hasta lo práctico, desde este espacio afianzamos los conocimiento teóricos y además desarrollamos habilidades prácticas y técnicas que nos permiten una formación integral como profesionales de la comunicación .
Sujeto 3	Claro que si, por medio del Medialab podemos explotar nuestras habilidades dado que los espacios que allí tenemos nos permiten ir desarrollando nuestras habilidades como futuros profesionales.
Sujeto 4	Sí, porque es un complemento fundamental para poner en práctica todos los conocimientos teóricos que se han adquirido, en el contacto con el mundo real lo que nos permite un verdadero aprendizaje.
Sujeto 5	Sí, es sin duda un aporte importante dentro de mi formación como comunicadora y que me da nuevas y diferentes herramientas para el proceso.
Sujeto 6	El ejercicio Medialab con la nueva era digital, se ha convertido en un ejercicio bastante importante en la formación como comunicador, ya que se convierte en un medio bastante importante para hacer llegar un mensaje, además, que a través de lo audiovisual genera mayor recordación en nuestro público objetivo
Sujeto 7	Claro que, si abarca muchas vistas el medialab, crea, produce, gestiona, analiza, investiga, edita, entre otras cosas. Además esta y está en las vanguardias de la comunicación digital y desarrollos transmedia.
Sujeto 8	Con las nuevas transformaciones en la manera de comunicar, pienso que es un ejercicio transversal ya que se incorporan nuevos enfoques, temas y objetivos con un mismo fin, donde se prepara al comunicador en formación con ciertas competencias que le pueden ser útil en la vida laboral, partiendo de que las tecnologías y la Medialab están creciendo y tomando posición en las maneras de comunicar.
Sujeto 9	La comunicación es transversal, aparece en nuestra contexto social, cultural y vivencial, más aún si participamos de talleres, practicas o experiencias dentro de un laboratorio que gira en un entorno comunicativo, por lo que utiliza herramientas propias en la generación de contenido. Como ejemplo de transversalidad, se logra ver tácitamente en el transmedia, como resultado a su alcance y salto entre las distintas plataformas de comunicación existentes.
Sujeto 10	No lo es. Debería serlo.

Sujeto 11	Si, el hecho de abarcar diferentes temas sociales, políticos, educativos etc., el Medialab hace del nuevo comunicador social un profesional más competitivo y arriesgado.
Sujeto 12	Claro que sí, mientras la medialab brinda un espacio en el que el comunicador aprende a profundidad, también el mismo comunicador sugiere ideas, aporta al aprendizaje junto con sus compañeros y puede llegar a proponer proyectos innovadores que impacten. Es una toma y dame.
Sujeto 13	Por supuesto, pues permite poner en ejercicio las habilidades descubiertas dentro de los diferentes programas en los cuales cada estudiante puede sentirse identificado con un rol y explotarlo al máximo.
Sujeto 14	Si.
Sujeto 15	Sí, a través de este ejercicio se le otorga la oportunidad al estudiante de desarrollar y fortalecer las habilidades necesarias para el perfil.
Sujeto 16	Es un ejercicio transversal que se puede tomar de forma libre para fortalecer sus conocimientos y habilidades en el desarrollo de contenidos audiovisuales para los medios de hoy. Dándole la oportunidad al comunicador social de complementar sus competencias como gestor de medios.
Sujeto 17	La cotidianidad de la mayoría de las carreras nos invita a pensar siempre lo mismo, habrá una solución a un problema distintas actividades pero jamás algo nuevo, algo innovador, partiendo de este idea debería ser un ejercicio transversal no solo para los comunicadores sociales, sino para la generalidad del ámbito universitario en general.
Sujeto 18	Quizás no una transversal pero si un elemento importante para los futuros comunicadores.
Sujeto 19	Debería ser transversal y con un propósito académico de mayor importancia.
Sujeto 20	No.
Sujeto 21	Si.
Sujeto 22	Pienso que como comunicador social todos debemos aprender de varios temas y mucho mejor poder aprender de diferentes formas, el poder actuar en formación colaborativa es un privilegio que podemos tener y el ejercicio medialab, no abre las puertas de poder adquirir conocimientos de una forma diferente, por lo cual y respondiendo la pregunta, no siento que es un ejercicio transversal.
Sujeto 23	Sí, todo lo que tenga que ver con mejorar y acercarse más al público para difundir un mensaje se debe poner en práctica y agregar a la nueva formación del comunicador.

Sujeto 24	No es un ejercicio transversal, los temas son de libre decisión del programa.
Sujeto 25	Si, ya que fomenta al estudiante a la investigación buscando nuevos mecanismos de innovación.
Sujeto 26	Si.
Sujeto 27	Está directamente implicado en nuestra formación.
Sujeto 28	Totalmente de acuerdo. Como mencioné en el anterior punto, este tipo de ejercicios fomenta y fortalece las habilidades y como tal la formación como comunicador social.
Sujeto 29	Personalmente creo que todos los estudiantes deberían pasar por un ejercicio como lo es Medialab, ya que se aprende bastante y eso hace que uno tenga una experiencia de lo que es desarrollar nuestra profesión en el mundo laboral con calidad y desarrollar un buen trabajo.
Sujeto 30	Si, ya que permite proponer y desarrollar ideas entorno a los nuevos conocimientos en el crecimiento y desarrollo de habilidades que mejoran la comunicación.
Sujeto 31	Definitivamente, Medialab ofrece la oportunidad de profundizar en aquello en las tutorías no se logra por cuestión de tiempos y horario.
Sujeto 32	Si, ya que el desarrollo de la producción de contenido es el que permite que se forme un estudiante de comunicación social y tenga un enfoque en diferentes áreas en las que se desarrolle producción o radio.
Sujeto 33	Si, ya que logra enfocarnos en el mundo tanto radial como audiovisual.
Sujeto 34	El aprendizaje practico contribuye a la formación integral del educando.
Sujeto 35	Es una buena opción.
Sujeto 36	Considero que fortalece la formación del nuevo Comunicador Social que quiere ofrecer la sede UVD.
Sujeto 37	Sí, es un ejercicio transversal a todas las áreas que tienen que ver con la formación del Comunicador Social, ayuda adquirir competencias que sirven en el desempeño de varios espacios o escenarios donde debe incursionar el comunicador de hoy.
Sujeto 38	Si, la transversalidad está inmersa en el ejercicio de medialab porque se involucran muchas áreas del conocimiento que un comunicador social debe tener.

Sujeto 39	Sí, puesto que afianza y pone en práctica mis conocimientos adquiridos en la academia.
Sujeto 40	Si. Efectivamente la ejecución de estos ejercicios permite la conjugación de algunos de los conocimientos teóricos adquiridos por los estudiantes, las Medialab se presentan como una gran oportunidad para complementar el proceso de formación.
Sujeto 41	Claro que sí, ya que es un espacio muy útil donde se presta para el desarrollo, el compartir de nuevos conocimientos y a su vez nos permite la experimentación en busca de procesos que contribuyan a una mejor formación y desempeño profesional.
Sujeto 42	Si ya que nos brinda nuevas formas de aprendizaje y de formación para los nuevos comunicadores sociales.
Sujeto 43	Si, nos ayuda a complementar mejor los conocimientos.
Sujeto 44	Sí, porque las áreas de formación en las cuales se concentra no se pueden definir en 1 sola, en la Medialab se aprende a redactar, dirigir, grabar, producir, proyectar, locutar, investigar, presentar, y demás ejercicios formativos que se fortalecen en dependencia al proceso en que la persona esté involucrada.
Sujeto 45	Claro que la es ya que aporta nuevos aprendizajes que no serían posibles ejercer en las aulas.
Sujeto 46	Medialab propone una idea de una nueva formación del comunicador social que debe estar involucrado en lo digital como nueva forma de trabajo.
Sujeto 47	Medialab se relaciona con la labor del comunicador social en cuanto a que abre espacio en la cultura digital y por ende en la innovación de las nuevas tecnologías de la información.
Sujeto 48	Si, lo es, puesto que en terreno se prenden temas y formas de desarrollo que es poco posible aprender con teoría.
Sujeto 49	Sí, es un ejercicio transversal.
Sujeto 50	Total, creo que el espacio es fundamental y de relevante para la formación del nuevo comunicador.
Sujeto 51	Totalmente transversal.
Sujeto 52	Claro que si pues ya en esta era de redes sociales es primordial para la formación del comunicador
Sujeto 53	Claro que lo es.

Sujeto 54	Si un comunicador social tiene más relación con la práctica. Esto le permite adquirir experiencia.
Sujeto 55	Claro que sí, pues esto le permite al comunicador social reunir una serie de elementos para llegar a crear contenidos de calidad. De este modo, pone a prueba todas sus capacidades a nivel profesional.
Sujeto 56	Si, puesto que se enfoca al estudiante en los procesos a los cuales se enfrenta (Herramientas de trabajo).
Sujeto 57	Si y necesario para el comunicador social.
Sujeto 58	Se supone que de por si un comunicador social debe dedicarse a comunicar, y está habilidad es transversal a todas las disciplinas, por tal motivo este herramienta debe permitir que las actividades de los estudiantes sean transversales.
Sujeto 59	Es para paralelo ya que el nuevo comunicador debe ir de la mano a los diferentes medios de aprendizaje.
Sujeto 60	Si, el ejercicio de medialab enriquece y fortalece todos los conocimientos que el comunicador en formación ha obtenido a lo largo de su carrera porque conecta o enlaza toda esa información obtenida para colocarla en práctica, la transversalidad del medialab permite dar evidencia de todo el proceso que ha venido obteniendo el estudiante, no solo desde su ámbito de formación escolar sino también en su relación con otros compañeros referente al trabajo en equipo, en la conexión con los temas más básicos como lo son los contextos sociales, éticos y culturales que están presente en nuestros entornos.

De acuerdo con las respuestas obtenidas en el *Ítem 2. ¿Es el ejercicio de Medialab, un ejercicio transversal a la formación del nuevo Comunicador Social?* Debe indicarse que los estudiantes del programa de Comunicación Social de UVD cuestionan notablemente la transversalidad del proyecto Medialab, dicho cuestionamiento se asocia con la ausencia de una clara conceptualización del término “*Transversalidad*”, es decir, algunos estudiantes de manera intuitiva asocian el término “*Transversalidad*” a los conceptos “*Innovación*”, “*Currículo*”, “*Habilidades Duras (cognitivas) o Blandas*” (no cognitivas). Otros estudiantes, por ejemplo, asumen la “*Transversalidad*” como condición administrativa atada a los objetivos y metas del programa académico objeto de estudio.

Al relacionar las respuestas obtenidas con el objetivo general de esta investigación se puede medir la “*Transversalidad*” del proyecto Medialab desde su impacto como herramienta estratégica para la formación en Comunicación Social, la transformación de la profesión y sus perfiles ocupacionales a partir de la metodología experiencial que sugiere el ejercicio en conjunto con su sugestiva incidencia en la preparación para la vida laboral del educando y el desarrollo de una conciencia experta y pragmática del ejercicio profesional constitutivo de una perfilación acorde con la dinámica evolutiva del campo en paralelo con el impacto de las TIC en el proceso de actualización educativa y disciplinar.

De tal manera que, al contextualizar el fenómeno Medialab como iniciativa universitaria para la creación de espacios sociales e innovadores de cocreación de conocimiento en el campo de la Comunicación Social, el proyecto Medialab puede entenderse como un ejercicio de vanguardia en la era digital para el desarrollo de productos transmedia desde el entorno académico educomunicativo basado en una metodología de aprendizaje autónomo, continuo y colaborativo.

Asimismo, al analizar el Medialab como espacio universitario de acción grupal para los aprendizajes reflexivos – creativos en torno a la Comunicación Social, se encuentra que el proyecto fortalece la competitividad y el ejercicio grupal del conocimiento en línea con las temáticas de interés asociadas al campo de formación del estudiantado.

En lo que respecta a la construcción de una nueva estructura de enseñanza de habilidades y destrezas para el comunicador social en el entorno digital el Medialab permite la apropiación del capital cultural asociado en línea directa con la cultura digital,

elemento transversal al currículo del programa de Comunicación Social de UVD, inmerso también en el discurso y las experiencias de aprendizaje impulsadas por los tutores, quienes a su vez son mediadores para el logro del propósito educativo.

En este punto es importante tener en cuenta, que tal como se indica en los marcos referenciales de esta investigación, según Fidler (1997) citado en Donaire (2016) el fenómeno de la convergencia digital ha conducido a una metamorfosis mediática que incluye la generación de nuevos perfiles ocupacionales en el campo de la Comunicación Social, los cuales son determinantes para el ejercicio Medialab (Planificador de Medios, el Gestor de contenido, etcétera). Lo anterior conduce al análisis de la dimensión “*Interdisciplinariedad*” asociado al eje “*Educación*” bajo el *Ítem 3. ¿Es la interdisciplinariedad un elemento característico del ejercicio de Medialab? ¿El ejercicio de Medialab contribuye al desarrollo de un perfil ocupacional integral para el nuevo Comunicador Social?*

Eje: Educación		Dimensión: Interdisciplinariedad
Pregunta 3: Interdisciplinariedad ¿Es la interdisciplinariedad un elemento característico del ejercicio de Medialab? ¿El ejercicio de Medialab contribuye al desarrollo de un perfil ocupacional integral para el nuevo Comunicador Social?		
Sujeto 1	EL ejercicio realizado en Medialab es completamente multidisciplinario y es por esto de hecho que permite el crecimiento de sus integrantes como comunicadores sociales, llevando la teoría a la práctica e incentivando los espacios de formación	
Sujeto 2	Si, desde los espacios prácticos ofrecidos por sala de prensa descubrimos cual es nuestro fuerte o cual es la rama de la comunicación que más nos gusta, tenemos la posibilidad de elegir una línea clara de la comunicación, podemos pensarnos en un comunicador dedicado a la investigación, un comunicador dedicado a la presentación, un comunicador dedicado a la producción y relaciones públicas, un comunicador al desarrollo audiovisual, un locutor, en fin este espacio nos permite explorar nuestras fortalezas y las opciones de mejora para un ejercicio profesional integral.	
Sujeto 3	Podríamos decir que si, ya que tenemos distintos puntos de vista con los cuales trabajaremos, esto aporta que crezcamos más como profesionales definiendo así nuestro perfil.	

Sujeto 4	¿Es la interdisciplinariedad un elemento característico del ejercicio de Medialab?: Si, porque allí se aprenden diversos e importantes factores de la comunicación social, un comunicador hoy en día debe saber sobre diferentes herramientas y esto se puede aprender en Medialab ¿El ejercicio de Medialab contribuye al desarrollo de un perfil ocupacional integral para el nuevo Comunicador Social? Si contribuye en la formación integral de un comunicador actual ya que nos brinda las herramientas tanto teóricas, prácticas y digitales que se requieren para sobresalir en el mercado.
Sujeto 5	Si, todas las actividades que se realizan en minutos de difusión tienen aspectos culturales, sociales, étnicos, etc. No sólo contribuye también complementa el conocimiento, la práctica y el desarrollo de las competencias de un comunicador social.
Sujeto 6	Considero que sí, ya que el rol del comunicador se vuelve amplio en varios aspectos, y además nos forman para tener la capacidad de desarrollar varios temas como comunicador a través, de lo que consideramos como Medialab, que se ha convertido en uno de los principales medios para hacer llegar un mensaje.
Sujeto 7	Como lo dije anteriormente si abarca muchas disciplinas, y en opinión el medialab tiene que ir de la mano con el comunicador en su vida profesional, en mi empresa es lo primero que se solicita para esta profesión.
Sujeto 8	Es claro que es una característica ya que se manejan diferentes escenarios o espacios que son de gran importancia para los ejercicios de comunicación, donde se abren espacios de diálogos o debates que son de gran ayuda para retroalimentación del participante. Como bien sabemos hoy día el campo laboral en las comunicaciones es algo competitivo, es por esto que la medialab contribuye de gran manera al desarrollo del perfil del comunicador, porque así le aportara a la integridad en su parte ocupacional.
Sujeto 9	La interdisciplinariedad converge en el campo de la comunicación, por lo tanto, un comunicador en formación debe obtener de otras disciplinas conocimientos que conciban de manera más ágil desarrollar su tarea. El medialab como tal puede generar estos espacios en los que confluyen las distintas disciplinas, pero por sí mismo no es capaz de generarla. Lo que si aporta de manera significativa es la contribución en el perfil ocupacional integral del comunicador. No se puede negar que el mercado es exigente, entre más conocimientos y manejo de las herramientas comunicativas, más posibilidades de ocupación laboral. Sin dejar atrás, el gusto que puede llegar a tener un individuo al ocuparse de una tarea en específico en el ejercicio del Medialab.
Sujeto 10	De no ser interdisciplinar, no sería un medialab.
Sujeto 11	Si, la variedad permite el desarrollo de competencias innovadoras que impactan, convencen e influncian. El ejercicio de Medialab si contribuye al desarrollo del perfil ocupacional para el nuevo comunicador social, por diferentes razones, parte de la necesidad de la audiencia, y fortalece las bases fundamentadas en la escuela, llegando así a cumplir con lo que se requiere en esta nueva era de la comunicación social, y del mundo cambiante.
Sujeto 12	Sí claro, los comunicadores necesitan y deben ser integrales para poder solucionar cualquier asunto o necesidad requerida en el lugar donde desempeñan su profesión. Por esto considero que la interdisciplinariedad sí hace parte de la medialab, porque en la medialab se aprende sobre cualquier área de la comunicación, adquiriendo conocimientos múltiples y básicos.

Sujeto 13	La interdisciplinariedad permite a cada estudiante conocer los diferentes roles que se pueden llegar a afrontar dentro de la profesión, además de hacerlo fuerte en los diferentes conocimientos que, aunque parecen no ser propios de la profesión el mundo laboral los está exigiendo, por lo que estas cualidades hacen del profesional que se postule a un cargo laboral una ventaja de adaptabilidad.
Sujeto 14	Sí, porque nos enseñan responsabilidades y nos llevan a una realidad laboral, ¡nos enseñan mediante la práctica cosas que en un salón de clase no se aprenden!
Sujeto 15	Si, a través del desarrollo de habilidades que en circunstancias normales no se llegarían a adquirir por completo en la carrera, se va generando un perfil más integral del Comunicador Social.
Sujeto 16	Este proyecto es interdisciplinar cuando responde con ofertas actuales y pertinentes a las demandas del sector productivo y el nuevo perfil ocupacional del comunicador social que hoy por hoy debe comunicarse no sólo por textos a través de géneros periodísticos, sino también con todos tipos de herramientas gráficas que le permitan expresarse. Para esto toma diferentes campos como lo son la animación el diseño web producción de audio y video que si bien son diferentes se complementan a la hora de construir un profesional integral.
Sujeto 17	Para una persona tener múltiples disciplinas y conocimientos en diferentes temas es una fortaleza dentro de una nueva era de donde el desarrollo tecnológico abarca todo el planeta. Tener muchas disciplinas diferentes donde los integrantes de un medialab se puedan desenvolver debe ser un elemento clave; esto por su parte contribuye a que el comunicador social no solo desarrolle sus características, sino que lo haga dentro de un perfil integral que lo ayude a desarrollarse.
Sujeto 18	Más que contribuir al desarrollo como tal como comunicador es una herramienta.
Sujeto 19	Por tratarse de un ejercicio interdisciplinar y no transversal, el estudiante inicia su proyecto mediante la práctica, pero le faltan fundamentos para desarrollar y comprender a fondo los requerimientos de los medios de comunicación, sin embargo, ayudan a fortalecer áreas desconocidas dentro del pensum académico.
Sujeto 20	Si.
Sujeto 21	Si, la teoría es importante pero el trabajo de campo forja verdaderos comunicadores.
Sujeto 22	La interdisciplinariedad es característico mas no indispensable para el ejercicio Medialab y este ejercicio si contribuye demasiado al nuevo comunicador social, ya que permite y expande los conocimientos del profesional.
Sujeto 23	Quizás no sea un elemento característico, pero se puede incluir como formación. Si contribuye ya que al conocer nuevos medios o formas de difundir hace a un comunicador mucho más integral.
Sujeto 24	La Interdisciplinariedad es muy buena en todos los programas de radio porque nos estamos enfocando hacia métodos distintos de aprendizaje.
Sujeto 25	Totalmente, ayuda a fomentar la especialidad que cada estudiante decide continuar al culminar sus estudios.
Sujeto 26	Tiene que ser un elemento característico de todos nosotros y no sólo de Medialab.

Sujeto 27	Un comunicador social que se encuentre perfilado en una sola disciplina limita las posibilidades que tenga en el mundo laboral. Al hacer parte de sala de prensa uno desarrolla habilidades tanto en la locución como en la redacción e investigación, aptitudes fundamentales para la función del nuevo perfil ocupacional de un comunicador social.
Sujeto 28	La importancia de estar involucrado en un Medialab es cómo influye en la formación tanto personal como profesional ya que como mencionaba anteriormente este tipo de ejercicios hace que uno se enriquezca de nuevos conocimientos por ende contribuye a que se tenga un perfil ocupacional mucho más integral.
Sujeto 29	En primer lugar, la interdisciplinariedad como campo de estudio que permite utilizar varias modalidades académicas e interdisciplinarias por esta razón Medialab se caracteriza con este elemento, ya que permite reunir ideas y cruzar diferentes pensamientos en el desarrollo o ejecución de un proyecto. En segundo lugar, el ejercicio Medialab logra contribuir a un perfil ocupacional, ya que permite ejecutar proyectos en los diferentes medios de comunicación.
Sujeto 30	Totalmente, es necesario para profundizar en aquello que en las tutorías no se logra.
Sujeto 31	Si se desarrolla de manera correcta, sería un gran desarrollo de un perfil que funcione para un comunicador, ya que por los espacios de intercambio que se tiene son abiertos.
Sujeto 32	Si es indispensable y claro que contribuye.
Sujeto 33	Este ejercicio nos hace llegar aún más allá del contexto que se está interpretando y dando a conocer ya que se implementan diferentes facetas del comunicador.
Sujeto 34	Nuestro programa no lo tiene implementado.
Sujeto 35	Si influye mucho. De una forma positiva.
Sujeto 36	Claro que sí, en la medida que la interdisciplinariedad fortalece las competencias del futuro Comunicador Social.
Sujeto 37	Considero que sí hay interdisciplinariedad en el desarrollo de la Medialab, y esta se puede visualizar en los temas que se aborden y en el desarrollo de los contenidos, pues en sí, el comunicador social debe abarcar diversos temas que se le presenten. El poner en práctica el conocimiento adquirido en aula por medio de la Medialab, ayuda a generar competencias que permiten afianzar el perfil del comunicador.
Sujeto 38	Sí, porque a través de estos ejercicios podemos desarrollar nuestras competencias en las diferentes disciplinas que debemos manejar como comunicadores sociales.
Sujeto 39	Los es en el sentido que no solo se desarrollan competencias de producción sonora, sino que se complementan con competencias escritas y visuales que aportan al comunicador en la construcción de un perfil integral.
Sujeto 40	1. Si, sin embargo, considero que existe ausencia de acompañamiento en algunos procesos que interdisciplinariamente deben manejarse con principal interés, la aplicación de algunos conocimientos debería reforzarse con mayor atención, no es suficiente con el material proporcionado por el docente ni la autonomía del estudiante. 2. Efectivamente, permite el desarrollo de habilidades que, a futuro servirán para

	<p>fijar objetivamente el perfil que el futuro profesional desea fortalecer y definir como ejercicio laboral de por vida; sin embargo, estimo que las competencias que más deben fortalecerse de acuerdo a las necesidades del mercado laboral actual, que exige profesionales integrales, no están siendo consideradas dentro del ejercicio, lo cual disminuye sustancialmente las posibilidades de poder aplicar en otros nichos laborales que no se relacionen con el ejercicio central ejecutado; explico con un ejemplo a que se quiere hacer referencia partiendo de la experiencia propia: Si bien es sabido, la radio hoy en día se moviliza desde las redes, toda su difusión estratégica se hace a través de estas y otras herramientas que, en la Comunicación Estratégica es fundamental saber manejarlas, es decir, en la práctica de este Medialab, debería considerarse el entrenamiento en el uso de estas, ya que, un practicante Medialab Radiofónico no tiene permitido realizar manejo de redes sociales o de difusión para la reproducción de su producto, no tiene permitido, administrar un espacio Web propio o al menos de forma temporal, perdiendo así, la oportunidad de desarrollar otras posibles destrezas altamente competitivas en el mercado laboral real. Otra cosa en este ejemplo que necesitaría refuerzo y apoyo, sería la creación de piezas gráficas, las cuales notoriamente en un alto porcentaje carecen de calidad. Sería interesante para reforzar el objetivo de la Medialab, crear espacios como seminarios, talleres o cursos cortos dirigidos a esta población e incluso a los mismos egresados, que permitan reforzar el aprendizaje de dichas competencias, cabe aclarar que, la Corporación no debe cargar todo el peso de esta opción sobre los docentes encargados de la sala de prensa, quienes ya vienen ejerciendo a cabalidad su papel, invitar a un calificado experto en la materia o realizar encuentros interuniversitarios que permitan el intercambio de conocimientos, serían una gran opción para complementar el proceso integral de aplicación de conocimiento.</p>
Sujeto 41	Este término es fundamental dentro de las Medialab ya que el complemento de diversas disciplinas del saber nos permite ser más íntegros y mejor preparados para lo que exige ser un buen Comunicador en el medio actual.
Sujeto 42	Si ya que genera experiencia en el comunicador y eso le brinda nuevas oportunidades en un mundo de innovación
Sujeto 43	Si contribuye al perfil ya que estaremos más preparados en los diferentes talleres que ofrece Medialab.
Sujeto 44	Si, ya que los espacios que brinda la universidad nos permite aplicar lo visto en el aula, en este caso en los podcasts.
Sujeto 45	La Medialab sigue trabajando no solo por generar nuevos espacios para que los estudiantes pongan en práctica los conocimientos teóricos que durante los semestres van adquiriendo, sino que además ha demostrado a través de las diferentes plataformas mediáticas dar cuenta que el Comunicador Social puede llegar a adaptarse a cualquier entorno mediático y/o social que se le presente, sin que necesariamente deba estar encasillado en uno. Lo prepara para ser un conjunto de todo, brindándole nuevas herramientas que lo formarán dentro de las características del nuevo Comunicador Social que se demanda en este último siglo.
Sujeto 46	Es indispensable, en estos momentos una formación integral como profesional, y más con el gran número de temas que desarrollan en la labor del comunicador social, en donde la información y el conocimiento es el epicentro de nuestra labor.
Sujeto 47	Medialab forma a los futuros comunicadores sociales en nuevas propuestas de innovación y desempeño de las labores por medio de la tecnología actual, siendo este característico de las actividades del comunicador.

Sujeto 48	Medialab se relaciona con las nuevas metodologías tecnológicas de innovación, abriendo espacio para la existencia de una era digital que perfila un nuevo cargo en el comunicador social en el manejo de las herramientas digitales.
Sujeto 49	Lo es, porque Medialab no se queda en un solo formato, si no que exige al comunicador tratar por completo la dimensión de la transmedia, abriendo las fronteras de trabajo para el comunicador.
Sujeto 50	Claramente la interdisciplinariedad es característico de los Medialab ya que se lleva a cabo a partir de la puesta en la práctica. A mi manera de ver Medialab contribuyen incluso más que la teoría en el desarrollo del profesional, ya que le da una mirada más clara de la realidad dentro del mercado laboral
Sujeto 51	Si, ir más allá de lo tradicional, sacar al estudiante del aula y llevarlo al campo es importante, de hecho, es ejercicio de Medialab es permitir que este vaya con herramientas que le permitan hacer un buen trabajo.
Sujeto 52	Un elemento característico es la práctica más que la teoría. Contribuye totalmente ya que en falencias que tenías a lo largo de la carrera se pueden volver fortaleza al momento de ejecutar tareas.
Sujeto 53	Si, pues ya un comunicador es un estratégico en cualquier campo en el que se desenvuelva.
Sujeto 54	Más allá de ser un ejercicio voluntario, este espacio desarrolla los ejes principales de la educación UVD ya que integra la autonomía, la praxis y el acompañamiento del tutor en la evaluación del ejercicio.
Sujeto 55	Prepara al estudiante en otros campos y fortalece las falencias. Brinda otra mirada de lo teórico a la práctica.
Sujeto 56	Así es, puesto que en estos espacios es donde el comunicador puede poner a flote todos los conocimientos que ha construido, y que finalmente lo llevarán a la creación de un proyecto de comunicación que aporte en realidad a quienes impacta.
Sujeto 57	El ejercicio de Medialab aporta al crecimiento académico y profesional del nuevo comunicador social, dado a que el reto del nuevo comunicador social es ser versátil en las diferentes áreas que compone la comunicación.
Sujeto 58	Por supuesto, aprende y practica aportando sus conocimientos.
Sujeto 59	Honestamente no conozco los demás programas por tal motivo no sé si son interdisciplinarios, sin embargo para la segunda pregunta es claro que es necesario que los comunicadores sociales antes de salir al mundo laboral tengan un medio en donde se puedan expresar y conocer el mundo del que serán partícipes desde el momento de su graduación.
Sujeto 60	Interdisciplinariedad es un elemento característico del medialab porque nos permite realizar ese ejercicio de buscar soluciones por medio de la investigación, en reflejar las necesidades de la realidad, solucionar conflictos, definir las problemáticas en pro de una estrategia de las mismas, en identificar las oportunidades y ser capaces nosotros como comunicadores desde nuestras ramas asociar los conocimientos y/o habilidades adquiridas desde los diferentes campos para combinarlos y sacar de ello un buen resultado. En cuanto al perfil ocupacional, el ejercicio del Medialab si contribuye en el perfil ocupacional de un comunicador social ya que le permite tener una experiencia básica de lo que probablemente podría estar desempeñando en un empleo como profesional, le brinda más conocimientos en cuanto a la práctica y le da seguridad al estudiante para mejorar en las falencias que tiene en su campo como profesional en formación, para cuando entre a ejercer su profesión le sea más fácil desempeñar cualquier cargo como comunicador social.

Las respuestas obtenidas en el Ítem 3. ¿Es la interdisciplinariedad un elemento característico del ejercicio de Medialab? ¿El ejercicio de Medialab contribuye al desarrollo de un perfil ocupacional integral para el nuevo Comunicador Social?

Conducen en primera instancia a establecer la interdisciplinariedad como base fundamental del proyecto Medialab al caracterizarlo como espacio académico abierto a la construcción de intercambios teóricos y prácticos, tal como, sostiene Martín Barbero (1997) citado por Moragas (2011), y en segunda instancia, a que el proyecto Medialab se constituya como espacio simulado organizacional a nivel institucional dentro del programa de Comunicación Social de UVD desde donde se cultiva la vida y experiencia laboral del educando a partir de la generación de un perfil ocupacional extenso en la medida en que amplía las capacidades y destrezas necesarias para su perfilación como profesional de la comunicación.

De la misma forma, estudiar *el impacto de los laboratorios de innovación y creación de contenidos digitales como herramienta estratégica para la formación en Comunicación Social, la transformación de la profesión y sus perfiles ocupacionales* desde este ítem implica asumir el conocimiento como multidisciplinario desde la perspectiva de un proyecto de Medialab que sirva como espacio de diálogo y debate sobre el aprendizaje experiencial en comunicación social articulado al montaje de proyectos que impacten el contexto real de su ocupación.

Simultáneamente, *contextualizar el fenómeno de los laboratorios de innovación y creación digital como iniciativa universitaria para la creación de espacios sociales e innovadores de cocreación de conocimiento en el campo de la Comunicación Social* conlleva a sostener que el proyecto Medialab al sustentarse en una participación

voluntaria podría definirse como espacio de formación complementaria, donde en atención a las respuestas obtenidas por los estudiantes que participaron en los diferentes grupos focales, se profundiza en aspectos académico-prácticos que no se abordan en el salón de clases durante una tutoría tradicional.

Asimismo, analizar los laboratorios de innovación y creación de contenidos digitales como espacio universitario de acción grupal para los aprendizajes reflexivos – creativos en torno a la Comunicación Social acarrea trascender de un conocimiento disciplinar simple a uno complejo que se adapta no solo al trabajo en colectivo sino a cualquier entorno mediático teniendo en cuenta el desarrollo del sector productivo y los perfiles de formación y egreso del programa académico revisado.

De tal manera que, *proponer la construcción de una nueva estructura de enseñanza de habilidades y destrezas para el comunicador social en el entorno digital* desde el proyecto Medialab implica la generación de un modelo que potencie la autonomía en la formación profesional en comunicación, el desarrollo de una visión emprendedora en el estudiante, y la adquisición de un conocimiento objetivo sobre la realidad circundante de la profesión, desde donde se involucra un ejercicio básico a partir de las *“Pedagogías Críticas y Didácticas”*, eje que se evalúa en los Ítems 4,5 y 6 bajo las dimensiones “Habilidades/Competencias”, “TIC” y “Transformación Social”.

Se presenta entonces el análisis del Ítem 4. *¿El ejercicio de Medialab fomenta el desarrollo de habilidades blandas como: liderazgo, responsabilidad, sociabilidad, trabajo en equipo, adaptabilidad, creatividad y optimismo en el comunicador social en formación?*

Eje: Pedagogías críticas y didácticas	Dimensión: Habilidades y competencias
Ítem 4: Habilidades/Competencias ¿El ejercicio de Medialab fomenta el desarrollo de habilidades blandas como: liderazgo, responsabilidad, sociabilidad, trabajo en equipo, adaptabilidad, creatividad y optimismo en el comunicador social en formación?	
Sujeto 1	Estos equipos de trabajo están diseñados con el fin de generar habilidades sociales y personales que son esenciales para los comunicadores
Sujeto 2	Aunque se trate de un ejercicio académico el manejo que se da desde los responsables de estos espacios deja ver un carácter muy profesional, en que se exige este tipo de habilidades que en el ejercicio práctico se refuerzan o se descubren, todos tenemos diversas habilidades y estos espacios acompañados por los docentes nos permiten estar preparados a la hora de enfrentar el ejercicio profesional.
Sujeto 3	Como lo he dicho anteriormente, el espacio que tenemos con el Medialab es una ventana que tenemos como estudiantes para forjar nuestro carácter y valores profesionales, de estas actividades podemos empezarnos a sentir profesionales en ejercicio.
Sujeto 4	Si fomenta esas habilidades y considero que muchas más, es un trabajo en equipo donde aprendemos a convivir con otros, a tener la responsabilidad y autonomía para hacernos dueños de nuestros aprendizajes y formarnos no solo como comunicadores sociales sino adicional como personas que piensan es una sociedad.
Sujeto 5	Si, este ejercicio lo que hace es prepararnos para diferentes situaciones que en la universidad como tal no se ven, pone a prueba todas nuestras competencias y cualidades para la labor social.
Sujeto 6	Claro que fomenta, ya que se desarrollan varios roles en este, independiente del rol que desempeñamos se asume una responsabilidad en el mismo, a su vez genera un compromiso; el que estemos a cargo de algo en el proceso Medialab automáticamente se genera un liderazgo por parte de esa persona, a su vez se potencializa el trabajo en equipo, hacer una investigación e ir a campo genera mayor sociabilidad en el entorno, haciendo de nosotros mejores comunicadores y dejando huella por nuestro paso.
Sujeto 7	En minutos de difusión se comprobó que se aplica todas las habilidades blandas, comenzó como un proyecto pequeño, pero con el tiempo y el liderazgo del profesor Julián fueron creciendo las responsabilidades sobre los proyectos que se querían proyectar y gracias al equipo de trabajo se ha logrado buenos resultados de responsabilidad social y problemáticas que no solo aquejan a la Universidad si no al país entero.
Sujeto 8	Aporta muchísimo al perfil profesional del comunicador y es importante que el estudiante que se está formando como comunicador cuente estos aspectos que se menciona y que desde su formación académica se enfrente a ellos en espacios que la institución ha creado para su mismo fortalecimiento y así logre después en su vida profesional colocarlos todos en práctica.

Sujeto 9	Totalmente de acuerdo, el grupo del Medialab es una familia, personas con las que se comparte todo tipo de experiencias, las que hacen que se perciban todo tipo de sentimientos. Además, crea otro tipo de responsabilidades basadas en el comportamiento del grupo.
Sujeto 10	Si.
Sujeto 11	Si, incluso desarrolla la independencia del profesional.
Sujeto 12	Por supuesto, crea en los comunicadores elementos profundos para ejercer de manera excelente, entre ellos la disciplina y la responsabilidad de tomarse profesionalmente su papel como comunicador ante la sociedad, y la Medialab brinda las habilidades necesarias para esto.
Sujeto 13	Si, pues todas las iniciativas de estos programas están prestas a que el estudiante proponga desde sus bases de conocimiento nuevos proyectos a desarrollar con la guía del tutor, además de crear en el estudiante un compromiso y una autogestión de su conocimiento que de la mano con la responsabilidad que permite enriquecer el conocimiento a través de la puesta en práctica del mismo, lo que no se logra únicamente sentados en el aula de clase.
Sujeto 14	Si él trabajo en equipo es nuestro fuerte la responsabilidad en hacer las cosas bien y que sean creativas y llamativas para los que nos ven.
Sujeto 15	Sí, el trabajo en equipo es primordial para el ejercicio de Medialab y junto con este se van desarrollando habilidades como el liderazgo.
Sujeto 16	Medialab además de fomentar el conocimiento y trabajo autónomo requiere en sus estudiantes responsabilidad y compromiso en pro de mejores resultados frente a la temática que quiera desarrollar, trabajando con optimismo, pero sobre todo con creatividad cuando se dispone a crear un producto. Hacemos énfasis en la importancia de hacer buen uso de herramientas para crear productos que enriquezcan la labor del comunicador social.
Sujeto 17	Medialab se puede definir como la generación de ideas desde un grupo conjunto, a partir de eso entendemos que las habilidades como trabajo en equipo, liderazgo y sociabilidad deben ser tratadas y practicadas por los integrantes de un medialab como reglas de oro.
Sujeto 18	Si.
Sujeto 19	Sociabilidad, creatividad, optimismo y trabajo en equipo.
Sujeto 20	Si.
Sujeto 21	Si, cuando se tiene un programa donde se desarrollan temas que impactan a la comunidad el esfuerzo por informar se nota más que cuando se impone en el aula y para el aula.
Sujeto 22	Si, el simple hecho de poder compartir en lugares abierto con grupos grandes, pequeños o individual hace que un comunicador experimente diversos campos a los cuales se tendrá que ver enfrentado en la labor profesional.
Sujeto 23	Si. Totalmente ya que es una nueva plataforma creativa para poder generar contenido y difundir un mensaje.
Sujeto 24	Dentro de las habilidades y competencias, las mencionadas anteriormente se cumplen, ya que la universidad nos da la libertad de temas para que sean cargados y así divulgados por la red, el liderazgo se ve, ya que cada persona ayuda dentro de los conocimientos y habilidades adquiridas no solo en la universidad sino en la vida.

Sujeto 25	Con este tipo de ejercicio se fomenta todas las habilidades anteriormente nombradas.
Sujeto 26	Si.
Sujeto 27	Si, fomenta estas habilidades.
Sujeto 28	Uno de los cargos más importantes dentro de la cabina de grabación es la dirección que se le da al desarrollo del programa. Esta función fomenta el desarrollo de habilidades blandas en mayor parte al tener la mayor responsabilidad. A pesar de esto, los demás integrantes de la mesa de trabajo también deben ejecutar ciertas tareas para una finalización exitosa de la grabación. Entre todos desarrollan las habilidades blandas.
Sujeto 29	Si, este tipo de ejercicios hace que aprendas o desarrolle nuevas habilidades que sin duda se requiere para desarrollar la carrera de comunicador.
Sujeto 30	El comunicador social en su ejercicio de Medialab logra desarrollar cada una de sus habilidades ya que este permite promover y ejecutar ideas no solo consigo mismo si no con diversos grupos de trabajo.
Sujeto 31	Definitivamente sí, cuando se adquiere y profundiza en nuevos conocimientos esto permite desarrollar un perfil más competente.
Sujeto 32	Si, se desarrolla de manera correcta, sería un gran desarrollo de un perfil que funcione para un comunicador, ya que por los espacios de intercambio que se tiene son abiertos.
Sujeto 33	Lo puede fomentar, está en cada estudiante fortalecer esas habilidades.
Sujeto 34	Obviamente ya que el trabajo en equipo y las responsabilidades que se adquiere para cumplir con unas tareas y procesos se miden con cada fortaleza, pero también debilidades de un equipo y lograr sacar un objetivo.
Sujeto 35	Para nuestro programa ha sido implementado de forma práctica contribuyendo al desarrollo de competencias comunicativas.
Sujeto 36	Sí, porque somos un equipo y de todos depende que el programa salga adelante.
Sujeto 37	Si.
Sujeto 38	Considero que las habilidades blandas como liderazgo, responsabilidad, sociabilidad, trabajo en equipo, adaptabilidad, creatividad y optimismo en el comunicador social en formación, fortalece su desempeño laboral en el sector real de la economía y permite distinguir al Comunicador Social de UNIMINUTO de otras ofertas académicas.
Sujeto 39	Sí, en el caso de radio es fundamental el trabajo en equipo y el desarrollar liderazgo para que el equipo pueda centrar sus ideas en un objetivo común, los horarios y el hecho de cumplir con una audiencia incita a ser responsable y a mantener la creatividad para que los programas que se generen sean novedosos y llamativos.
Sujeto 40	Si, a través de estos ejercicios queramos o no tenemos que desarrollar las habilidades anteriormente mencionadas porque sería imposible hacer un buen ejercicio sin estas competencias en nuestra vida tanto estudiantil como laboral.
Sujeto 41	Todas esas habilidades se desarrollan sí o sí, puesto que se está en contacto con un equipo de trabajo, y en mi caso que tengo el privilegio de liderar Atenea, es una responsabilidad mayor, pues, aunque las decisiones se hacen en grupo, mis compañeras y amigas me comunican todo y se socializan todos los temas, además en casos de poca comunicación los hablamos esto en pro de tener una buena dinámica y sacar buenos contenidos para la comunidad.

Sujeto 42	Sí, siempre y cuando las dos partes (Estudiante y docente) desarrollen estas actividades objetivamente, dejando de lado las simpatías interpersonales que puedan presentarse, es de considerarse, que el ejercicio debe llevarse a cabo en un ambiente profesional, (Laboral), de preferencia bajo el modelo del Circulo de aprendizaje colaborativo, esto con el fin de nivelar las ventajas de aprendizaje de todo un grupo de trabajo y no tan solo el de uno o un par de ellos.
Sujeto 43	En mi perspectiva creo que sí, y un claro ejemplo es el programa de sala de prensa, ya que por medio de sus diferentes programas y semilleros promueven estos aspectos nombrados y que son fundamentales para nuestra formación, de igual manera nos brindan una mirada objetiva hacia el grupo de investigación en que estemos enfocados.
Sujeto 44	Si ya que al crear un programa de radio nos genera cierta responsabilidad no solo con nuestro equipo de trabajo sino con nuestros oyentes.
Sujeto 45	Si.
Sujeto 46	Si, ya que es una actividad extracurricular nos enseña a ser más responsables a no trabajar por un bien económico o por una nota, y trabajamos en equipo para sacar buenos contenidos.
Sujeto 47	Al preparar al comunicador social en torno a su ejercicio profesional, significa que el ejercicio se debe dar de la manera más fiel posible. Pese al acompañamiento que dan, es en la individualidad del mismo grupo de trabajo y el sentido de pertenencia con los proyectos que integran la Medialab que cada participante comienza a mostrar habilidades de liderazgo, porque el mismo trabajo provoca la aparición de esas habilidades. El trabajo en equipo, por ejemplo, es lo que se ha convertido en la base de los proyectos, de lo contrario no existirían, porque se necesita de responsabilidad y compromiso, lo demás va surgiendo como el resultado de la oportunidad y de lo anteriormente descrito.
Sujeto 48	Definitivamente este tipo de proyectos nos brindan la oportunidad de enfrentarnos al desarrollo de nuestra carrera en un entorno profesional, como el que encontraríamos en una empresa, fortaleciendo este tipo de habilidades.
Sujeto 49	Como nueva herramienta, este permite el trabajo en grupo y la creatividad, permitiendo desarrollar nuevas destrezas en el campo de la comunicación por medio de la era digital.
Sujeto 50	El ejercicio de Medialab permite obtener dichas aptitudes, ya que abre un espacio nuevo de formación y aprendizaje en la era digital, pudiendo ejercer liderazgo, sociabilidad por medio de la participación ciudadana y promoviendo el trabajo en equipo con grupos y colectivos que ejercen este campo de la comunicación.
Sujeto 51	Si, se necesitan habilidades blandas para un correcto desempeño individual y grupal. No existe una zona de confort personal, así que es necesario desarrollar formas de adaptarse y aprender de quienes nos rodean.
Sujeto 52	Si, de alguna manera el pensamiento del comunicador se vuelve más activa y más amplia, fortalece sus habilidades naturales y descubre nuevas habilidades como las mencionadas.
Sujeto 53	Totalmente de acuerdo, creo que al realizar estos ejercicios se fomenta y afianza habilidades natas pero también se desarrollan otras que posiblemente no ejecutabas con claridad pero al momento de realizar ejercicios de Medialab son indispensables como el trabajo en equipo por ejemplo.
Sujeto 54	Claro que si pues, personalmente son las habilidades que todo comunicador debe tener, ya que en cualquier área que deba desempeñarse los necesita.

Sujeto 55	Este es un espacio que permite desarrollar el liderazgo, la autonomía, la autodisciplina, la pasión por el medio de radio, el trabajo en equipo, la resolución de conflictos, la creatividad, y la adaptación al medio con el propósito de crear contenidos de calidad y profesionales.
Sujeto 56	Herramientas de información y divulgación de la comunicación.
Sujeto 57	En efecto, el Medialab permite que como estudiantes profesionales y seres humanos se afiance el sentido de compromiso y responsabilidad, no solo consigo mismo, sino con quienes hacen parte del equipo, pues el éxito depende del sentido de pertenencia de todos.
Sujeto 58	Las diferentes habilidades y competencias en el ejercicio de Medialab fomenta en gran medida todas las habilidades del comunicador social en formación, teniendo en cuenta que se van afianzando y teniendo mejores criterios.
Sujeto 59	Por supuesto, permite que los estudiantes hagan parte de un todo donde cada uno tiene un rol con sus respectivas responsabilidades.
Sujeto 60	El ejercicio de medialab le permite al comunicador social desarrollar las habilidades blandas ya que al momento de realizar proyectos dentro de los medialab liga al estudiante a asumir diferentes roles para culminar con éxito dichos proyectos, la responsabilidad, el liderazgo, el trabajo en equipo, adaptarse a los diferentes contextos o diferentes proyectos son las habilidades que se desarrollan dentro de un medialab porque en cada proyecto hay líderes dolientes, cada uno de los integrantes tiene tareas así ganadas y responsabilidades que asumir, todos los integrantes deben trabajar en equipo para desarrollar todo y cada uno de los elementos planteados que componen o conforman todo el proyecto, trabajar con personas que nunca habías trabajado, se desarrollan proyectos en contextos diferentes a nuestro entorno hacen desempeñar dichas habilidades que en un trabajo formal se deben asumir.

Las respuestas obtenidas en el Ítem 4. ¿El ejercicio de Medialab fomenta el desarrollo de habilidades blandas como: liderazgo, responsabilidad, sociabilidad, trabajo en equipo, adaptabilidad, creatividad y optimismo en el comunicador social en formación? Apuntan al desarrollo de habilidades sociales que fortalecen el carácter y valor profesional en el comunicador social en formación como agente de responsabilidad social.

En la data recolectada se identifica que el proyecto de Medialab trasciende en la conciencia del estudiantado de ejercicio académico a proyecto próximo familiar, donde cada estudiante aporta desde su experiencia, tanto así, que desde este aspecto la sensibilidad del estudiante frente a problemáticas sociales, académicas y profesionales

asociadas a la labor en campo donde es fundamental la participación del tutor como mediador sin desconocer la capacidad de autogestión del educando, su creatividad y capacidad innovadora para el diseño de proyectos productivos profesionales que impactan en la comunidad académica y la sociedad, aspectos que se perciben como sinónimo de competitividad y complemento integral a la perfilación profesional y ocupacional del comunicador social.

De otro lado, se considera que el desarrollo de habilidades blandas como liderazgo, responsabilidad, sociabilidad, trabajo en equipo, adaptabilidad, creatividad y optimismo en el comunicador social en formación, fortalece su desempeño laboral en el sector real de la economía y permite distinguir al comunicador social de UVD de otros profesionales egresados de otras ofertas académicas en el mercado.

Estudiar el impacto de los laboratorios de innovación y creación de contenidos digitales como herramienta estratégica para la formación en Comunicación Social, la transformación de la profesión y sus perfiles ocupacionales desde la dimensión de “Habilidades/ Competencias” coloca la mirada sobre el desarrollo de la capacidad propositiva y de autogestión de los estudiantes vinculados al ejercicio, ayuda a gestionar la necesidad de trabajar con un colectivo empoderado capaz de lidiar con altos flujos de trabajo que atienden a propósitos diversos en los contextos en que sean requeridos: social académico e institucional. Téngase en cuenta en este punto que las habilidades que más se potencializan en este ejercicio según los estudiantes son: el trabajo en equipo, la responsabilidad y la confianza en el otro.

Al contextualizar el fenómeno de los laboratorios de innovación y creación digital como iniciativa universitaria para la creación de espacios sociales e innovadores de

cocreación de conocimiento en el campo de la Comunicación Social, se asume el proyecto Medialab como semillero de producción y actividad extracurricular en la que el estudiante no trabaja por una nota sino por el interés de aprender y aportar a su comunidad académica, grupo de pares, sociedad, etcétera. Además, existe una visión funcionalista sobre la participación del estudiantado en el proyecto Medialab en la medida en que cada uno de ellos cumple un rol específico dentro del ejercicio.

Al analizar los laboratorios de innovación y creación de contenidos digitales como espacio universitario de acción grupal para los aprendizajes reflexivos – creativos en torno a la Comunicación Social y proponer la construcción de una nueva estructura de enseñanza de habilidades y destrezas para el comunicador social en el entorno digital, se percibe que desde el punto de vista estudiantil se invita al equipo de tutores a desarrollar actividades objetivas, dejando de lado las simpatías interpersonales que puedan presentarse, para que el ejercicio se geste en un ambiente profesional, de preferencia bajo el modelo del círculo de aprendizaje colaborativo, con el fin de nivelar los aprendizajes de forma grupal.

De cara a los aprendizajes desarrollados en este ejercicio es importante establecer como se vinculan las TIC al proyecto Medialab, en consecuencia, se procede a enunciar las respuestas obtenidas en el Ítem 5. *¿Cómo se vinculan las TIC al ejercicio de Medialab?* y posteriormente a su análisis.

Eje: Pedagogías críticas y didácticas	Dimensión: TIC
Ítem 5: TIC ¿Cómo se vinculan las TIC al ejercicio de Medialab?	
Sujeto 1	Teniendo en cuenta la modalidad de estudio que manejamos al pertenecer a Uniminuto UVD, las TIC son fundamentales y es por eso que se implementalas es prácticamente obligatorio.

Sujeto 2	Encontrarnos en una era digital nos permite aprender sobre el uso responsable de las herramientas tecnológicas, desde Medialab fortalecemos nuestras habilidades y capacidades en el uso de las TIC apresemos a usar herramientas electrónicas pero también digitales , en este ejercicio usamos constantemente las redes sociales, herramientas de diseño web, herramientas de edición, además de contar con acceso a la infraestructura necesaria para el desarrollo de nuestro ejercicio, salas de radio, estudios de tv, salas de edición entre otros.
Sujeto 3	La tecnología de la información y la comunicación se vincula de manera importante, ya que las actividades que podemos desarrollar por la Medialab son complementarias a esta y se aborda la comunicación como una herramienta fundamental para la sociedad además de aprender a usar las nuevas tecnologías.
Sujeto 4	Las TIC son en la actualidad la base del mundo, se vinculan desde diferentes formas, pero siempre están presentes. Son una herramienta fundamental en el desarrollo de Medialab.
Sujeto 5	Durante todo el proceso que se lleva a cabo en un proyecto audiovisual se puede notar el uso de estas herramientas sobre todo a la hora de ser didácticos e interactivos.
Sujeto 6	A través de los diferentes contenidos que realizamos como equipo, se prestan para que a su vez cualquier persona que quiera acceder a ellos no importa el lugar donde esté lo pueda hacer, sin embargo, considero que es importante que la universidad revise otros mecanismos de difusión, para que estos contenidos se vuelvan más virales en nuestro entorno académico.
Sujeto 7	Porque el medialab debe estar de la mano con las nuevas tecnologías y vanguardias de la cultura digital.
Sujeto 8	Las TIC se están vinculando al ejercicio de medialab con gran fuerza. Como bien sabemos las nuevas tecnologías se están incorporando casi por completo a la nueva era de las comunicaciones, que es de gran ayuda para los procesos de medialab que se está generando en los espacios educativos y que en un futuro serán de mucha utilidad en los procesos de comunicación y educación.
Sujeto 9	Las TIC son la principal herramienta del Medialab, estas son el núcleo en la que se desarrolla todas las apuestas comunicativas.
Sujeto 10	Se vinculan a raíz de la necesidad de comunicar socialmente la creación colectiva del medialab y lo hacen como instrumentos o herramientas de producción, masificación e investigación.
Sujeto 11	Las nuevas tecnologías se convierten en una herramienta fundamental en el desarrollo de las Medialab, pues, como herramientas se convierten en parte fundamental del desarrollo de investigaciones y/o actividades a realizar.
Sujeto 12	Se vinculan a la manera en que el aprendizaje obtenido de la Medialab no sería completo, o de más accesibilidad sino fuera por las nuevas tecnologías y su aporte de facilitar el aprendizaje y formación en los comunicadores.
Sujeto 13	Con la construcción constante de nuevo conocimiento por los estudiantes, durante el desarrollo de sus actividades prácticas, rompiendo aquellos paradigmas que se encuentran en las modalidades de educación, haciendo de la praxis la columna vertebral del aprendizaje.
Sujeto 14	En todas las tecnologías de la información están vinculadas a nuestro proyecto en un 100%.

Sujeto 15	Las TIC se convierten en la herramienta esencial del desarrollo de este ejercicio pues lo que se busca es poder incluir estas nuevas tecnologías como medios de información.
Sujeto 16	Las tecnologías de la información y la comunicación son el pilar del proyecto en la medida que tiene como objetivo la preparación de estudiantes para satisfacer las necesidades tecnológicas en cómputo y organización. Pretendemos reforzar habilidades como conocimiento software de edición de audio y video gestión de habilidades en medios sociales y masivos etc. Todo lo anterior haciendo uso de infraestructura de tecnología de información como hardware y software.
Sujeto 17	Como ejercicio de innovación y creatividad es necesario poder integrar el uso de las TIC para la creación de contenido y demás actividades grupales que faciliten la creación de contenido y demás actividades.
Sujeto 18	Se vincula al ser una herramienta visual.
Sujeto 19	Son el eje fundamental para el desarrollo de las diferentes temáticas.
Sujeto 20	Pienso que la vinculación directa es en la forma de realización de los ejercicios, ya que, hoy en día se maneja la tecnología como medio principal para la educación.
Sujeto 21	La verdad no sé cómo se vincula actualmente con la TIC.
Sujeto 22	la verdad de cómo se vinculan las TIC en Medialab, para mi es desconocido ya que dentro de mi formación muy poco se toca el tema, veo que es algo más interno dentro de la institución.
Sujeto 23	Las TIC proveen información en cuanto a la nueva tecnología desarrollada, esto incrementa que el estudiante desarrolle más ejercicios o proyectos de innovación para su formación social y personal.
Sujeto 24	Aplicando las nuevas tecnologías en los procesos de comunicación y creación de nuevos proyectos.
Sujeto 25	Es el ente regulador de Medialab.
Sujeto 26	Al ser nuestra modalidad virtual y distancia, nos forzó al uso de las TIC. Esto es una parte importante del proceso de formación como comunicadores sociales.
Sujeto 27	Sin duda las TIC hace que un laboratorio de multimedia sea fundamental ya que brinda un mejor desarrollo.
Sujeto 28	Estas se vinculan mediante los distintos proyectos multimedia.
Sujeto 29	Al ser un ejercicio digital, las TIC están inmersas en ello.
Sujeto 30	Por medio de la internet y los espacios multimedia que se puedan presentar.
Sujeto 31	Se entrelazan al 100%.
Sujeto 32	Se vinculan por medio de las herramientas Tecnológicas utilizadas en las emisiones radiales.
Sujeto 33	El aprendizaje es practico he investigativo.
Sujeto 34	En todo el desarrollo de la comunicación.
Sujeto 35	Fuente directa.

Sujeto 36	Considero que las TIC se vinculan de manera importante al ejercicio Medialab, ya que está inmersa la innovación en el desarrollo de los espacios radiales.
Sujeto 37	Las TIC es la que permite que lo producido en la Medialab se pueda difundir y por ende dar a conocer para llegar a un público.
Sujeto 38	Se vinculan todo el tiempo, porque en el programa que nosotras desarrollamos para poder hacer la pre, producción, postproducción y poder llegar a nuestro público son necesarias las tics en este ejercicio.
Sujeto 39	Se vincula en todo sentido, pues realizamos contenidos para un medio digital como es Uniminuto Radio, esto de la mano de formatos de Podcast y lenguaje para un público que busca informarse rápidamente.
Sujeto 40	La investigación es un buen ejemplo de la vinculación de estas en el desarrollo de las actividades de las Medialab, todas sus categorías exigen que la creación de los contenidos parta de una rigurosa búsqueda de fuentes fehacientes, el estudiante se ve en la necesidad de indagar por medio de estas herramientas para desarrollar sus habilidades en la producción de nuevos contenidos. Por otra parte, el estudiante tiene la posibilidad de interactuar a distancia con otros e incluso consultar a su tutor de Medialab.
Sujeto 41	En el implemento de las nuevas tecnologías y de cómo los docentes y estudiantes hacen uso de estos recursos, creo que básicamente las Medialab son espacios creados precisamente para el desarrollo e implementación de estas herramientas tecnológicas.
Sujeto 42	Las TIC se vinculan mediante procesos como lo son las redes sociales, páginas web las cuales ayudan a los oyentes a estar pendiente de nuestro programa.
Sujeto 43	Las TIC se vinculan de manera educativa para hacer armónico y funcional la medialab.
Sujeto 44	Se vinculan de manera que las diferentes tecnologías que encontramos en la actualidad nos permiten informar y estar informados todo el tiempo.
Sujeto 45	Se vinculan en todo, al ser una modalidad virtual y a distancia, se vuelve casi que obligatorio integrar las tecnologías de la información y la comunicación a ejercicios como los de la Medialab. Utilizamos el internet para todo, las herramientas tecnológicas para encontrar y difundir información, para grabar, para editar, para mantener comunidades digitales. Sin equipos de grabación, sin medios de difusión, la Medialab no podría sostenerse y ni siquiera podría formar comunicadores sociales propios de este tiempo.
Sujeto 46	Es uso y manejo de las nuevas tecnologías, es vital para nuestros proyectos y la labor como comunicadores.
Sujeto 47	Medialab por estar relacionado con las nuevas tecnologías, se relaciona con las TIC en cuanto al desarrollo de las labores y procesos por medio de lo digital y las nuevas comunicaciones.
Sujeto 48	Las TIC hacen parte de la nueva era de la tecnología, por lo cual se desarrollan en espacios de medios digitales y por ende en la comunicación, siendo Medialab un promotor de este nuevo campo comunicativo.
Sujeto 49	Las TIC son fundamentales para desarrollar Medialab. Actualmente todo se mueve por medio de las redes y manejar Medialab enseñará a hacer un uso provechoso de la información y la accesibilidad de internet.

Sujeto 50	Los trabajos dentro de los Medialab van de la mano de las tecnologías de la información y de la comunicación, ya que son herramientas claves para el desarrollo y divulgación de los trabajos.
Sujeto 51	Los productos que finalmente se obtienen deben ser difundidos, de ahí la importancia de las TIC, quien intrínsecamente se ve en un espacio de multimedia.
Sujeto 52	Las tecnologías de la información y la comunicación deben ponerse en práctica y más en los ejercicios de Medialab ya que se utilizan ese tipo de herramientas de divulgación para analizar el recibimiento de los producto que se realizan.
Sujeto 53	Ya que todo hoy en día es más audiovisual pues las nuevas generaciones son perezosas para la lectura, el ejercicio Medialab es el apoyo para las TIC de que la información se siga recibiendo de forma satisfactoria.
Sujeto 54	Las TIC se vinculan de una manera especial, aunque si bien aún queda un vasto camino que recorrer en la articulación del ejercicio con la forma en la que se da a conocer, el que sea puesto en la nube y haga parte de una serie de podcast, permite tener acceso en cualquier momento, además de esto el formato permite generar contenidos fotográficos propios.
Sujeto 55	Es la creación de formatos en medio digital. Siempre van a estar vinculadas cómo herramienta de desarrollo.
Sujeto 56	Las TIC son fundamentales en este ejercicio, pues permiten que los estudiantes puedan desarrollar contenidos digitales, que finalmente hoy en día pueden llegar a ser más efectivos.
Sujeto 57	Por el funcionamiento que se le da en la actualidad y la apropiación de los medios digitales en el mundo laboral.
Sujeto 58	Mediante los diferentes dispositivos tecnológicos que tenemos hoy en día para estar informados de estas actividades
Sujeto 59	En cuanto a nuestro programa conozco que a través de correos masivos se envía la invitación para que entren a la página de Radioevaluando, donde encuentran los podcast
Sujeto 60	Las TIC se vinculan en el Medialab por medio de las diferentes formas de realizar el contenido o la información, programas, la comunicación con todo el equipo de trabajo, los formatos para evidenciar o materializar y ser tangibles los proyectos, medios de envió, el material ya sean imágenes, sonidos, textos, diseños e incluso las nuevas tecnologías que utilizamos para desarrollar todos y cada una de esos productos, repito es un ejercicio de practica que obliga a utilizar las diferentes formas de generar contenido o información con los medios tecnológicos para hacer visible los resultados de cada uno de los proyectos realizados en un Medialab.

Atendiendo a las respuestas obtenidas en el Ítem 5. *¿Cómo se vinculan las TIC al ejercicio de Medialab?* frente al impacto de los laboratorios de innovación y creación de contenidos digitales como herramienta estratégica para la formación en Comunicación Social, la transformación de la profesión y sus perfiles ocupacionales, se

hace notorio que para los estudiantes las TIC son consideradas herramientas protagónicas del proyecto Medialab, además son concebidas como el núcleo donde se desarrollan todas las apuestas comunicativas en las diferentes líneas proyectuales: Medios, Organizacional, Desarrollo y Cambio Social y Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación -NTIC. De otro lado, se hace alusión al uso constante de dispositivos electrónicos, redes sociales e infraestructura logística y técnica asociadas a los proyectos desde los estudios de Radio y Televisión, las salas de edición, entre otros espacios.

Acto seguido, al contextualizar el fenómeno de los laboratorios de innovación y creación digital como iniciativa universitaria para la creación de espacios sociales e innovadores de cocreación de conocimiento en el campo de la Comunicación Social, los estudiantes indican que la implementación de las TIC teniendo en cuenta que se trata de un programa que opera bajo la modalidad virtual y a distancia la implementación de estas herramientas además de ser estratégica es obligatoria, de otro lado, en lo que concierne a la adquisición de competencias profesionales los estudiantes señalan la adquisición de destrezas en el manejo de software de edición para audio y video útiles para el desarrollo de podcast, entre otras piezas de comunicación.

De tal manera que, al analizar los laboratorios de innovación y creación de contenidos digitales como espacio universitario de acción grupal para los aprendizajes reflexivos – creativos en torno a la Comunicación Social a partir de las respuestas obtenidas en este ítem se encuentra que los estudiantes consideran al Medialab como un espacio académico que fortalece sus competencias en el entorno digital,

fundamental para el ejercicio investigativo que permea la producción de todos sus proyectos, además de considerar las TIC como herramienta importante para visualizar su producción.

Simultáneamente, al proponer la construcción de una nueva estructura de enseñanza de habilidades y destrezas para el comunicador social en el entorno digital, se debe tener en cuenta que los estudiantes otorgan un alto peso formativo a las TIC desde las gestiones de preproducción, producción y postproducción de sus proyectos, también se señala que estos reconocen el valor social del uso responsable de la tecnología como parte del proyecto Medialab. Finalmente, se anota que los estudiantes aprueban en el uso tecnológico la posibilidad de la co-construcción e innovación abierta, condición necesaria para aperturarse a nuevos conocimientos a partir del ámbito educativo, social y cultural, escenarios desde los que se concibe la “Transformación Social”, dimensión que se analiza a continuación:

Eje: Pedagogías críticas y didácticas		Dimensión: Transformación social	
Ítem 6: Transformación social ¿Qué aportes social, académico e institucional se desprenden del ejercicio de Medialab?			
Sujeto 1	En Medialab la transformación social es muy importante es por ello que los proyectos en general buscan resaltar aspectos sociales de nuestra ciudad o país, de forma que no solo reciben un aprendizaje los estudiantes que participan, sino que dejamos una huella social que permite generar cambios positivos, o resaltar actividades que buscan el mejoramiento social.		
Sujeto 2	En el desarrollo de nuestros proyectos en su mayoría están vinculados a el al ejercicio de la comunicación desde la responsabilidad social. Aprender y mostrar procesos de responsabilidad social en uno de los principales objetivos de este espacio, además de contribuir al ámbito académico desde la investigación y el fortalecimiento de la formación de otros compañeros con la muestra de nuestro producto y de nuestras experiencias personales, también mostrar los espacios que ofrece la universidad para estos ejercicios.		

Sujeto 3	Compromiso, pasión por lo que queremos desarrollar como profesionales, el saber que con nuestra carrera podemos ayudar a mejorar la sociedad en aspectos básicos como es una comunicación asertiva, a generar conciencia de las problemáticas que se están presentado, a buscar soluciones y no más problemas.
Sujeto 4	Considero que unas de las cosas más satisfactorias de Medialab es la parte social, es tan enriquecedor que no solamente se adquieren conocimientos, sino que a través de medialab se aporta ese granito de arena a la construcción de una mejor sociedad, mediante las diferentes producciones que allí se manejan se logra llegar a muchas personas y mostrar que si se puede generar un cambio.
Sujeto 5	Son aportes sociales muy significativos que van desde dar a conocer una problemática o un caso hasta solucionar o transformar por medio de productos audiovisuales la realidad de una situación x.
Sujeto 6	Cuando como comunicador social se hace una investigación bien argumentada de un tema, y se hace un trabajo de campo bien estructurado, organizado sobre todo y lo más importante que lleve un mensaje de fondo el contenido, es allí en ese momento que desde cada uno de nuestros roles nos damos cuenta que enviamos un mensaje implícito dónde queremos generar un cambio positivo en los diferentes entornos de la vida
Sujeto 7	Sentir y vivir las experiencias de las personas que han participado en los documentales y notas de responsabilidad social; quienes son víctimas de las problemáticas que aquejan nuestro país y como estudiantes generar algún tipo de cambio en nuestra sociedad.
Sujeto 8	En la parte social aporta mucho el proceso de la Medialab porque comparte reflexiones y proyectos que sean de gran relevancia para los usuarios y ciudadanos, así mismo que se puedan exponer proyectos de diferentes temas como: sociales, culturales, ciencia y tecnología. En lo académico aporta demasiado ya que fortalece el conocimiento de los estudiantes, motivándolos e incentivando a fortalecer su aprendizaje en procesos como estos. Y así mismo en las instituciones incrementar más los procesos investigativos y desarrollo de creación productos nuevos buscando así enlazar entre la institución y públicos diferentes a los que se quieren llegar y que puedan acceder a estos nuevos procesos comunicativos.
Sujeto 9	El Medialab se puede utilizar para visibilizar lo que está oculto, esas historias que piden a gritos ser contadas. Puede ser la única forma de socializar una problemática, de mostrar los hallazgos de una investigación o en su defecto ayuda a la formación de otros individuos académicamente.
Sujeto 10	Académico: Le da valor praxeológico. Institucional: la valoriza y publicita. Genera sentido de pertenencia.
Sujeto 11	En social: Permite la vinculación de comunidades permitiendo el acercamiento entre el experimento, el conocimiento, y la disposición de conocer mutuamente entre la comunidad y el comunicador. Académico: El desarrollo de las competencias y llevarlas a la práctica permiten desde lo académico una visión mucho más amplia a lo tradicional, salir de un aula y experimentar la tecnología generando contenido hacen que los inquietos nuevos comunicadores, decidan salir a explorar sin olvidar las reglas del conocimiento. Institucional: la modernización de los sistemas permiten la vinculación y participación más activa de las instituciones del mercado, de la educación y todas en general que al estar en las Medialab serán mucho más visibles que las que se quedan en lo tradicional.

Sujeto 12	Aportes de creación de proyectos, estrategias, uso de herramientas, acceso a plataformas etc.
Sujeto 13	El ejercicio Medialab permite entrar en contacto con las comunidades más vulnerables, sin hacer de la victimización el principal motivo de intervención de las mismas, por el contrario, crear en el estudiante la responsabilidad de indagar a profundidad sobre aquellas problemáticas sociales que solo se tratan por encima, y transmitir el sentido social a otras personas para que se interesen por lo que pasa en el día a día cotidiano de estas comunidades pero que no es significativo porque a los medios parece no interesarle.
Sujeto 14	¡Brindamos información a las personas internas y externas de manera innovadora creando nuestras propias ideas y haciéndolas físicas en el laboratorio!
Sujeto 15	A través del Medialab, se aporta a generar un perfil más integral del Comunicador Social y a convertirse en una herramienta para el desarrollo de nuevas habilidades que construyan este perfil profesional; así mismo, sirve de estrategia para que en el ámbito institucional se puedan realizar cambios que aporten al crecimiento del perfil.
Sujeto 16	El perfil de estudiante Uniminuto se ha caracterizado por tener un sentido social, igualmente el comunicador social desde la comunicación puede dar cuenta de los procesos sociales que llevan a cabo en las comunidades con fines informativos para la transmisión social. La comunicación que deber ofrecer el comunicador debe ser efectiva y esto se logra con productos audiovisuales que llamen la atención del público ahí es cuando entra Medialab para ofrecer herramientas que le permitan al comunicador emitir información de forma eficaz
Sujeto 17	dentro de un marco de apoyo social, el medialab contribuye a formar a los seres humanos como parte de un equipo así mismo desprenden competencias académicas que requieren de responsabilidad para ser cumplir los objetivos.
Sujeto 18	Nuevo acercamiento a la población desde otro ámbitos.
Sujeto 19	Depende del proyecto , su enfoque y por supuesto el enfoque que el tutor y el alumno quiera afrontar.
Sujeto 20	la sensibilidad a la realidad, la formación de carácter como comunicador y el sentido de pertenencia al plantel es lo que como alumno va quedando durante y después del ejercicio.
Sujeto 21	Para un comunicador este ejercicio, hace que en la sociedad se tenga un mejor control ante la comunidad, logrando que su desempeño académico mejore y su labor profesional sea más pulcra y sin complicaciones.
Sujeto 22	Ya que se generan contenidos cortos con temas que pueden interesar dependiendo a la comunidad a la que valla dirigida y por el formato es muy inusual y llamativo.
Sujeto 23	Los temas que tratamos son de interés no solo para estudiantes de la universidad si no para cualquier público, la universidad nos da la facilidad de que cualquier persona pueda escuchar nuestro producto.
Sujeto 24	Aporte social: mayor acercamiento con la comunidad Aporte: académico: ayuda a mejorar académicamente en diferentes materias. Aporte Institucional: Con estos proyectos se impulsa a la participación de nuevos estudiantes se vinculen y/o creen más programas.
Sujeto 25	Crear nuevos proyectos para transformar la sociedad.

Sujeto 26	Transforma ideas, calidad de vida y el emprendimiento de la sociedad.
Sujeto 27	La mayoría de los programas realizados en sala de prensa tienen un sentido social, de alguna manera se busca que por medio de las investigaciones se aporte algo a la sociedad ya sea para dar a conocer algo, a alguien o para mostrar puntos importantes para la comunidad académica y en general.
Sujeto 28	Yo creo que uno de los aportes que se puede generar en este tipo de ejercicios es poder realizar contenidos que tengan una buena calidad, donde se incluya lo social, académico y emprendimiento, para así poder generar en los oyentes o espectadores de los productos un contenido donde valga la pena consumir.
Sujeto 29	A partir de los distintos espacios de trabajo que ofrece Medialab se puede llegar a desarrollar ideas con contenidos multimedia o audiovisuales que permitan generar información y transformación en la sociedad.
Sujeto 30	Considero que el más importante es la formación de comunicadores sociales más integrales, capaces de aportar y desenvolverse en cualquier área de la comunicación.
Sujeto 31	Abrir espacios para laboratorios en medios y que se conozca el Medialab.
Sujeto 32	La formación y el conocimiento que se desarrolla a través de las diferentes emisiones dando a conocer un espacio que incida en el buen desarrollo de la comunidad estudiantil.
Sujeto 33	El conocimiento que se adquiere y se comparte con los oyentes.
Sujeto 34	Contextualización de muchos temas de interés .
Sujeto 35	Aporte social mantener actualizada la comunidad.
Sujeto 36	Los aportes de corte social, académico e institucional que ofrece el ejercicio de Medialab, son innumerables, como: actualización de contenidos en la parte económica y financiera, fortalecimiento de la parte académica con temas como finanzas personales y educación financiera.
Sujeto 37	La transformación comienza desde la generación de que la Radio sea Universitaria, por ende, estamos representando a la institución, dando a conocer otro aspecto de ella y llevando contenidos de interés a la comunidad académica; en lo social en el caso de Atenea el programa se enfocó en el conocimiento de lo cultural, apoyado por medio de colectivos o historias de vida que además le dieran esa relación de lo social.
Sujeto 38	Lo que podemos lograr es generar contenidos que no solamente brinden información, sino que aporten en la sociedad y sobretodo que ayuden a la transformación social.
Sujeto 39	Aportes socioculturales, no solo buscamos entretener sino de abrir espacios para líderes sociales y que por medio de este proyecto de producción podamos contribuir a la difusión de ideas que contribuyen al cambio social. He aprendido que desde la Universidad que se debe fomentar y aplicar conocimientos de competencias ciudadanas, no hacemos un programa para nosotras, sino para un público que le interese los temas culturales, de empoderamiento, emprendimiento, literatura y desarrollo social.
Sujeto 40	Las Medialab aportan significativamente al ámbito social, ya que, contribuyen a la generación de contenidos que permiten el reconocimiento de los conflictos y logros de la comunidad y la ciudadanía; por otra parte, en el campo académico desarrolla la sensibilidad, la intuición indagativa y el tacto del comunicador, garantizando así la gestación deontológica del futuro profesional, por último, la institución se ve beneficiada en los momentos en que, el material resultante de

	las prácticas en estos espacios, es reconocido por su calidad y contenido, creando oportunidades de reconocimiento en el campo educativo a distintas escalas.
Sujeto 41	La participación en las Medialab nos brinda múltiples maneras y métodos de aprendizaje que nos permiten una formación más integral y a su vez abre las perspectivas a la innovación de mejores aportes en pro de ámbito social y académico por medio de apropiación de los recursos tecnológicos.
Sujeto 42	Los aspectos que se desprenden en el ámbito social es la información clara y actualizada de nuestros temas, académico la experiencia adquirida en el manejo de los equipos de radios e institucional pues engrandecer el nombre nuestra universidad.
Sujeto 43	El aporte social que nos permite es acercarnos más a la ciudadanía para la co creación y colaboración de está misma.
Sujeto 44	Académicamente nos aporta como comunicadores un espíritu indagativo, socialmente nos enseña a trabajar como persona ética.
Sujeto 45	Desde el inicio, los contenidos de cada proyecto buscan ser acordes al mismo sentido de responsabilidad que guía al Minuto de Dios, el servicio a los demás, pero desde el uso de la tecnología y las TIC. Los aportes sociales van en relación al conocimiento, a la exposición de problemáticas, a la creación de espacios para que las personas puedan tocar temas que conciernen a la sociedad (Violencia a las mujeres, programas de tecnología, arte y cultura). En lo académico lo veo más como la oportunidad de replicar temas internos de la universidad, permitirle al estudiante tener una voz por medio del cual se le da la confianza y conciencia de que estos espacios son de ellos, y que puede convertirse en una gran arma de enseñanza, así como de libertad de expresión. Y en lo institucional, se alzan estos ejercicios como banderas de reconocimiento a la labor realizada de la mano de la universidad con los estudiantes, dándole más valor a los procesos que se llevan, así como la muestra de aspectos a seguir trabajando.
Sujeto 46	Este ejercicio deja proyectos que se pueden seguir desarrollando durante el tiempo por diferentes estudiantes, sin contar con el aporte a las comunidades cercanas que estos proyectos aportan.
Sujeto 47	Medialab une a las comunidades y relaciona al comunicador con las comunidades, promoviendo la participación de la población, desarrollando nuevos campos de desarrollo académico y la promoción de las labores de las grandes industrias.
Sujeto 48	Medialab aporta en cuanto a la inclusión social de todos aquellos que participan en los medios digitales (por ejemplo redes sociales); en cuanto a lo académico, permite desarrollar conocimientos en un nuevo campo de la comunicación y las nuevas tecnologías y en las instituciones permite que sean incluidas en los espacios digitales con el fin de darse a conocer y promover sus actividades económicas.
Sujeto 49	Socialmente se aprende a comprender y apasionarse con los temas que nos afectan a todos pero que pocos escuchan, académicamente es una forma excelente de aprender competencias que solo es posible aprender en terreno, e institucionalmente brinda productos de excelente calidad que son referente académico para la universidad.

Sujeto 50	La transformación social siempre será un tema latente dentro de los medialab, siempre habrá proyectos dirigidos al cambio social y a la educación.
Sujeto 51	Lograr transformar al estudiante en un espacio como medialab, es producir un mejor profesional y una mejor persona.
Sujeto 52	Creo que las mayoría de ejercicios de Medialab son con el fin de realizar aportes sociales, ya sea informando sobre labores que marcan nuestra sociedad o tratando de enseñar mediante vídeos académicos con la intención de generar aprendizaje.
Sujeto 53	El lograr romper barreras ya sean de lenguaje o sociales.
Sujeto 54	La transformación social se da desde las pequeñas apuestas institucionales, esto es el espacio que ha generado la Universidad Minuto de Dios UVD para que programas como Héroes de Barrio sean la voz de: fundaciones, personas, instituciones y un sin número de agentes de cambio que buscan la transformación a partir de pequeñas acciones.
Sujeto 55	Se construyen con la realización de proyectos que van pactados a una comunidad especial, en el que se contribuye con un proceso de investigación y se comparte al público.
Sujeto 56	A nivel social, se evidencia la creación de lazos educativos que cada día buscan mejorar los proyectos. Además, el ejercicio permite llegar a impactar a varias personas de la comunidad educativa y fuera de ella.
Sujeto 57	La construcción y mejoras para el continuo desempeño de los comunicadores sociales.
Sujeto 58	Aportes en diferentes áreas y conocimientos que permiten mostrar los que es medialab y ayudar a quienes necesiten esta información
Sujeto 59	Aporte social: conocimiento de la comunidad, Académico / institucional: se da a conocer los procesos de los que son partícipes la comunidad académica.
Sujeto 60	El ejercicio de medialab aporta desde los conocimientos en como intervenir y ayudar en una población vulnerable, en como evidenciar y darles voz a esas comunidades que son desconocidas por la gente, en cómo hacer tangible esos conocimientos, aporta en la experiencia a los estudiantes para fortalecer más sus conocimientos, a tener un acercamiento más a la convivencia de lo social y lo cultural desde nuestro entorno y/o relacionados con el mismo.

Al examinar las respuestas obtenidas en el Ítem 6. *¿Qué aportes social, académico e institucional se desprenden del ejercicio de Medialab?* en relación con el impacto de los laboratorios de innovación y creación de contenidos digitales como herramienta estratégica para la formación en Comunicación Social, la transformación de la profesión y sus perfiles ocupacionales, se encuentra que los estudiantes rescatan

del ejercicio de Medialab un valor praxeológico que genera en ellos sentido de pertenencia al programa y la institución, además se identifican con el asunto misional de la institución indicando que es un ejercicio que le permite una interacción social permanente a nivel comunitario referido a dejar una “huella social”.

De la misma manera, al contextualizar el fenómeno de los laboratorios de innovación y creación digital como iniciativa universitaria para la creación de espacios sociales e innovadores de cocreación de conocimiento en el campo de la Comunicación Social, los estudiantes consideran que este ejercicio permite dar voz a quien no la tiene a través del desarrollo de distintos procesos sociales informativos que se llevan a cabo con la comunidad, donde esta es la principal protagonista.

A la sazón, el hecho de analizar los laboratorios de innovación y creación de contenidos digitales como espacio universitario de acción grupal para los aprendizajes reflexivos – creativos en torno a la Comunicación Social, se observa el compromiso profesional desde la fase formativa del estudiante, desde donde se plantean múltiples metodologías de aprendizaje desde la virtualidad en procura de un aprendizaje integral que abre las puertas a la innovación en el ámbito social y académico.

Consecuentemente, al proponer la construcción de una nueva estructura de enseñanza de habilidades y destrezas para el comunicador social en el entorno digital las respuestas de los estudiantes sugieren tener presente un sentido de responsabilidad social activo, además del desarrollo de una sensibilidad ética e investigativa para el fortalecimiento del ejercicio profesional, en tal sentido, se procede al análisis del eje *“Formación en comunicación”* bajo la dimensión *“Retos”*

Eje: Formación en comunicación	Dimensión: Retos
Ítem 7: Formación en comunicación Retos ¿Qué retos ocupacionales y profesionales percibe como nuevo comunicador social? ¿Contribuye el ejercicio de Medialab a la resolución de esos retos?	
Sujeto 1	La práctica en diferentes habilidades laborales, permite que nosotros como estudiantes podamos desarrollarnos en los diferentes espacios que existen de labor para los comunicadores
Sujeto 2	El principal reto de un comunicador en la de era digital lo amplio del ejercicio, aprender a devolverse en los diferentes escenarios que nos presenta el ejercicio profesional, además de saber integrar las nuevas tecnologías al ejercicio, innovar y crear nuevas formas de comunicar también se nos presenta como un retos a la hora del ejercicio, partiendo de esto es importe espacios contar con espacios como sala de prensa ya que se nos permite conocer a que nos enfrentaremos en el ejercicio profesional y nos dota con herramientas y habilidades prácticas y teóricas para atacar de manera directa estos retos.
Sujeto 3	Sin ninguna duda creo que el mayor reto que tenemos los nuevos comunicadores es trabajar con la comunidad, la cual vive mal informada, además cada vez es más manipulada gracias a las nuevas herramientas digitales informativas (Redes sociales, internet) ya son menos las personas no tienen una opinión crítica y propia, se dejan llevar por lo primero que ven, escuchan o leen. Esto mal informativo es el que tenemos que empezar a trabajar, ese es nuestro reto.
Sujeto 4	¿Qué retos ocupacionales y profesionales percibe como nuevo comunicador social? Conocer mucho más sobre las herramientas y avances de la tecnología. ¿Contribuye el ejercicio de Medialab a la resolución de esos retos?: Si, considero que es una puerta que nos muestra hacia donde va la carrera y nos brinda las herramientas para formarnos como buenos comunicadores.
Sujeto 5	El principal reto es poder llevar la investigación a algo más grande y así poder cambiar la mirada con la que se ve a ciertos temas social o culturales. Si, minutos de difusión es una herramienta increíble para por medio de productos audiovisuales demostrar todo lo que se investiga y todo lo que las personas no ven.
Sujeto 6	La vida en la academia es bastante importante, pero, considero que las materias que la universidad ofrece dónde nos enseñan a elaborar este tipo de contenido Medialab, son materias que contienen pocas semanas, es decir, deberían ser de 16 semanas y por los menos que sus tutorías fueran con 2 horas de duración, además, se deberían ofrecer espacios y herramientas dónde las personas que se interesan por estos temas pueden realizar su contenido sin problemas, los retos que se vienen es que a través del Medialab el público se eduque de manera más sofisticada y que genera mayor recordación.
Sujeto 7	Un gran reto ya que es un mundo que está en constante evolución, y debo perfeccionarlo y complementarlo en mi carrera, no alejarme de este ejercicio Medialab que gracias a minutos de difusión logre descubrir.

Sujeto 8	Como nuevo comunicador social tengo el reto de generar nuevos contenidos que sean llamativos, información verídica, manejar los aspectos y cualidades que el perfil del comunicador debe tener, teniendo en cuenta también la integridad que debemos tener en nuestro perfil ocupacional. es por esto que la Medialab es una gran herramienta que tenemos, ya que es una plataforma la cual desde ya nos muestra y nos enfrenta a los aspectos y retos que como comunicadores vamos afrontar en la vida profesional.
Sujeto 9	En la actualidad el internet y todo lo que esto trae, nos pone un reto difícil. Muchas personas viven generando comunicación de manera indiscriminada en un sinfín de plataformas online, de videos y blogs. A esto nos enfrentamos, sin embargo, el medialab nos enseña que no se mueve una sola herramienta sin tener un objetivo específico, de esta forma aporta a la solución de este reto.
Sujeto 10	Reto: educar al comunicador social hacia la transformación social y no hacia la mera viralización social de contenidos. El ejercicio Medialab es un ejercicio que parte del criterio propio, por cuanto aquí puede ser la cuna de la solución al reto.
Sujeto 11	Los retos son de estar en constante aprendizaje, estamos en una era de cambios que debemos acoplarnos a ellos en el ejercicio profesional, las nuevas plataformas de información al instante están exigiéndonos como nuevos comunicadoras alternativas de entretenimiento, información y datos mediante la influencia de los contenidos y los impactos que se puedan generar desde las creaciones realizadas. Sí contribuye este ejercicio a estos retos que requieren de apoyos, conductas y herramientas para lo nuevo en comunicación social.
Sujeto 12	En que ahora muchas personas creen que, por tener un dispositivo electrónico, puede crear contenido periodístico o digno del trabajo de un comunicador social profesional; por eso considero un reto el sobresalir y ser reconocido como profesional por sobre todos los límites que la tecnología ha creado en esta área. La Medialab brinda conocimientos, aporta, ayuda, apoya; por lo tanto, es esencial en importante la participación en ella para un comunicador social.
Sujeto 13	Sin duda el reto ocupacional del comunicador en estos tiempos es ser un profesional integral capaz de adaptarse a las diferentes exigencias que tiene el mundo laboral en estos tiempos, aquí es donde debe prestársele atención a el espacio Medialab, pues fortalece los conocimientos débiles en el aula y potencializa las capacidades por las que cada estudiante se apasiona, cuando esto sucede el flujo de conocimientos se hace desde la autogestión y desde la pasión por lo que se hace, desde mi punto de vista aquí está la clave para que la educación del estudiante sea un éxito.
Sujeto 14	Un reto que veo es la parte audiovisual edición, cámara entre otras y en minutos de difusión podemos practicar todas.
Sujeto 15	En el mercado laboral actual se busca un perfil integro que no sólo sepa comunicar sino que además sepa hacerlo usando las nuevas tecnologías; a través del Medialab podemos desarrollar estas nuevas habilidades requeridas pues se convierte en un espacio donde se unen la creatividad y el trabajo en equipo.
Sujeto 16	El comunicador social deber sobre todo entender el contexto que la web 2.0 ha traído en nuestras vidas y con ello la creación de comunidades digitales como lo son las redes sociales blogs y páginas web. Además de lo anterior la necesidad de las sociedades de informarse de forma rápida creativa y atrayente. Es por esto que debe actualizar sus conocimientos para impactar sobre la sociedad que busca información pertinente pero lista para ser entendida. Este es el reto del comunicador social de hoy la inmediatez sin dejar de lado la investigación, contextualización y sobre todo la veracidad.

Sujeto 17	El ejercicio de un medialab ayuda a solucionar problemas de manera creativa e innovadora, dentro de esto exige un gran trabajo en equipo y cooperación por parte de las personas integradas, de esta manera ayuda a la solución de nuevos retos desde el área académica, laboral o social.
Sujeto 18	Acercas más a la gente.
Sujeto 19	Incita al estudiante a encontrar áreas de interés que quizás pueda profundizar terminada su carrera, sin embargo no determina roles necesarios y reales para el futuro laboral.
Sujeto 20	Manejos de nuevas herramientas.
Sujeto 21	Si, desde que el alumno sale del aula a enfrentarse a una cámara o micrófono para informar una realidad, surgen retos tanto internos como externos al querer aportar un granito de arena a la transformación de sociedad y a través de los medios que use como Comunicador se empieza a dejar huella.
Sujeto 22	Uno de los más grandes retos que percibo como comunicador social, es el uso de la web para manejo de medios, ya que, mucha gente se hace pasar como periodista o son los llamados periodistas ciudadanos, que en cierta parte disminuyen y des-meritan el trabajo de un comunicador social. Es un reto para mí ya que debo saber afrontarlo y superarlo. Adicional a eso debo saber utilizarlo como apoyo y complemento mío y dejar de verlo como un obstáculo.
Sujeto 23	El reto es mejorar la forma en que se genera contenido abriendo nuevo contenido.
Sujeto 24	El reto dentro de los programas de Medialab es fuerte ya que uno debe buscar la manera de que el programa tenga contenido y conectividad con todo el público.
Sujeto 25	Que el programa al que pertenezco sea el más escuchado entre todos los programas de Sala de Prensa.
Sujeto 26	Llevar una información correcta, analizada desde una buena investigación y sin que sea manipulada.
Sujeto 27	Los retos son grandes y uno de los más importantes es demostrarse así mismo que sí pueden sacar adelante este gran proyecto.
Sujeto 28	El uso de las TIC y el uso de las redes sociales. El desprendimiento de programas en formatos podcast y la nueva aparición de espacios para generar investigaciones en muchos campos.
Sujeto 29	Para mí considero que son bastante los retos, ya que cada vez se avanza más en cuestión de tecnología, productos radiales, multimedia les y demás en el ámbito laboral de un comunicador, por eso creo que contribuir en un ejercicio de Medialab hace que aprendamos y evolucionemos a medida que también lo hace los contenidos que se consumen, para así alcanzar los retos e imponer otros.
Sujeto 30	Como comunicador me gustaría realizarme como comunicador organizacional y como productor de contenidos audiovisuales ya sea para cine y televisión o para plataformas digitales. Creo que Medialab es el espacio esencial para construcción y desarrollo de estos retos en especial para el campo de la producción de contenidos ya que brinda las herramientas necesarias para este proceso comunicacional.
Sujeto 31	El mayor reto está en contar con el suficiente conocimiento para desempeñarse en cualquier área de la comunicación. Hoy en día el comunicador debe ser integral, en un ejercicio de producción se hace de todo (escribir, emitir, editar, dirigir, máster, etc.) por tal razón, el profundizar en programas de edición y de manejo de software especializados en el campo radiofónico, por ejemplo, sería un gran aporte que Medialab podría ofrecer a los estudiantes.

Sujeto 32	Retos profesionales es encontrar un lugar en el que puedas desarrollar los conocimientos impartidos en las aulas de clase, que permitan ejercer tu carrera a cabalidad. Pero a pesar de que medialab aporta para el crecimiento de un comunicador social.
Sujeto 33	Si.
Sujeto 34	Claro, porque al pasar del tiempo se ha logrado cumplir con habilidades y metas que han sido retos para los compañeros de la mesa de trabajo.
Sujeto 35	La expresión.
Sujeto 36	No soy comunicadora social pero si logre perder miedo a hablar en público.
Sujeto 37	Si.
Sujeto 38	El reto más grande es que el nuevo comunicador debe entender e interpretar lo digital, que logre desarrollar las ideas y estrategias por estos nuevos medios. La Medialab ayuda a crear consciencia de la nueva forma como el mundo se comunica, como el mundo consumo y como el mundo aprende, pero el nuevo comunicador debe aprender cada día para estar a la vanguardia en el tema.
Sujeto 39	Los retos que enfrentamos como comunicadores sociales son bastante grandes porque en el momento que entramos a la vida laboral necesitamos llevar a la práctica todo lo que hemos aprendido a lo largo de la carrera, sin embargo muchas veces no tenemos esta preparación porque solo recibimos la parte teórica, es por esto que el ejercicio de medialab nos ha servido para desarrollar estas competencias y poder entrar al mercado laboral con algo más.
Sujeto 40	Existen retos en el campo digital y de estrategias comunicativas, y desde el ejercicio de Medialab he podido desarrollar esas destrezas desde cómo escribir para la web a como idear y gestionar estrategias de contenidos para nuestro público objetivo.
Sujeto 41	1. Inicialmente, el reto de definir en cuál de los múltiples campos de la comunicación podré contribuir para obtener resultados que contribuyan al avance de las ciencias de la comunicación, partiendo de las competencias desarrolladas durante la carrera, en especial, el proceso de la práctica profesional y el aprendizaje autónomo; en cuanto a los retos profesionales, el mercado no está fácil, aun así, eso no es un impedimento para tener claro que el Comunicador Social de estos tiempos, debe contribuir desde su profesión a la transformación social, a la conversión de la imagen negativa que esta profesión ha ganado los últimos años, como comunicadores egresados en estos tiempos de avanzada tecnología tenemos el deber con la sociedad y con nosotros mismos, de contribuir a la reconstrucción de la historia y la buena reputación de la Nación. 2. Significativamente. Estos espacios permiten a los estudiantes madurar e identificar de forma más real su perfil profesional y sus inclinaciones ocupacionales, el trabajo en equipo por otra parte, madura su comportamiento ético y fortalece las competencias para la resolución de conflictos ya sea con sus semejantes o en campo con la comunidad.
Sujeto 42	El Comunicador Social de la actualidad, para ser más íntegro y mejor profesional debe ser aquel que optimice el manejo los recursos tecnológicos de la mejor manera y para tal fin las Medialab nos ofrece la posibilidad formarnos y potenciar estas competencias.
Sujeto 43	Ser profesionales funcionales para la sociedad y siempre implementar nuevas técnicas para adquirir conocimientos para cada día mejorar el país.
Sujeto 44	En la actualidad como comunicadores nos enfrentamos a diversos retos éticos como por ejemplo a hablar con la verdad, en el proyecto que estamos desarrollamos nos preocupamos dar información veraz a siempre hablar con la verdad.

Sujeto 45	El mundo laboral actual demanda experiencia, eso es lo que les da confianza para contratar a nuevas fichas dentro de sus equipos de trabajo. El hecho de que se potencie esta experiencia a través de estos ejercicios, le da un valor añadido al profesional de Uniminuto, porque lo prepara para cualquier reto dentro de su campo laboral. Por lo que la Medialab si contribuye a los retos actuales, además porque van ligados a las demandas laborales que la sociedad requiere de los comunicadores sociales en la actualidad.
Sujeto 46	Como mencione anteriormente este tipo de proyectos permiten al estudiante, empezar a conocer el posible desarrollo profesional con el que se puede encontrar en el mundo laboral.
Sujeto 47	El comunicador social debe estar involucrado en la utilización de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, haciendo uso de las herramientas digitales. Medialab promueve el uso de estas.
Sujeto 48	Los nuevos y futuros comunicadores sociales deben estar preparados para inmiscuirse en las nuevas herramientas de trabajo que serán por medio de la era digital, debiendo desarrollar habilidades y aptitudes para el manejo apropiado de estas. Medialab permitirá desarrollar estas competencias, pudiendo así formar la idea de las nuevas tecnologías de la información y la participación en grupo para el desarrollo laboral en este nuevo campo.
Sujeto 49	Actualmente las tecnologías son la mayor preocupación del comunicador, ya que evolucionan a diario y han creado el concepto de prosumidor que le quita el puesto a la comunicación real, en media la aprendemos el manejo de todos los factores relevantes para nuestro desempeño en transmedia para la web y las redes.
Sujeto 50	- Uno de los retos más grande que tengo como profesional es ir a la par de la innovación, tener siempre una mente abierta y creativa para poder crear nuevos contenidos audiovisuales al igual que radial. - Si, como lo dije anteriormente los medialab nos abren la mente y la fortalecen nuestra creatividad, y con estos dos componentes siempre se logra la innovación.
Sujeto 51	El reto está en ser un comunicador integral, competente para desarrollarse en cualquier área de la comunicación, por esta razón, el ejercicio medialab contribuye de manera objetiva a este ideal.
Sujeto 52	Los retos es crear e innovar en todos los ámbitos audiovisuales y radiales que se vayan presentando en mi profesión además de seguir en contante aprendizaje. Creo que gracias a Medialab esos retos se ven más alcanzables debido a los conocimientos prácticos adquiridos dentro de Medialab.
Sujeto 53	El reto principal es lograr credibilidad como profesional ya que se está rodeado de tanto influenciador sin las bases académicas que si tiene la formación del comunicador social
Sujeto 54	El mayor reto del comunicador es articular la tecnología con la información, destacando la objetividad y la investigación, si bien la inmediatez es un pan de cada día no es posible hacer contenidos sin investigación, el comunicador tiene la responsabilidad de cuestionar, contrastar y verificar las fuentes antes de dar cualquier información; Medialab permite al futuro profesional desarrollar estas habilidades, entendiendo su responsabilidad en la sociedad y su papel como agente de cambio.
Sujeto 55	Es necesario que los estudiantes creen nuevos formatos. Ya que contribuye con el desarrollo de la comunicación ya que generan ideas y es necesario que desde su profesión sean dinámicos ya que nos enfrentamos a una cultura que no le gusta leer. Por esa razón la comunicación debe ser dinámica para lograr integrar y hablar en un mismo lenguaje.
Sujeto 56	El nuevo comunicador social debe estar vinculado a la tecnología, y es por esto que Medialab forma profesionales capaces de crear contenidos propios que puedan llegar a varias personas en la era digital.

Sujeto 57	Aportar al mejor manejo de las herramientas que en la actualidad son la principal fuente, lo cual va acompañado de la creatividad y de la adaptabilidad que el nuevo comunicador debe tener.
Sujeto 58	Mediante esto se pueden asumir nuevas estrategias en pro de tener una mayor audiencia y mejorar los diferentes procesos.
Sujeto 59	Mantener actualizado el conocimiento con el avanzar de la tecnología. Totalmente, más que un espacio, es una herramienta que facilita la actualización a través de diferentes medios.
Sujeto 60	El comunicador social hoy en día se enfrenta a la veracidad de la información pues la inmediatez hace que exista poca credibilidad en cuanto al contenido que se presta a los espectadores, el reto en realizar periodismo real y atraer al público con la verdad, nos enfrentamos al nuevo público y las nuevas generaciones, a los lenguajes, a promover nuevos cambios, a luchar contra la corrupción y el amarillismo, a utilizar las nuevas tecnologías como una estrategia de un cambio social. El Medialab ayuda precisamente a todos estos retos a ir en contra de esa brecha que hoy en día tienen de los comunicadores, en utilizar esas tecnologías o esos medios como estrategia para proponer algo nuevo, el Medialab facilita en que, si se puede realizar cambios, en que si es posible usar estrategias e influir a las nuevas generaciones en pro de la verdad.

La revisión del Ítem 7. *¿Qué retos ocupacionales y profesionales percibe como nuevo comunicador social? ¿Contribuye el ejercicio de Medialab a la resolución de esos retos?* Reporta que el proyecto de Medialab permite el desarrollo de un perfil profesional integral debido a la exposición del estudiante a distintos contextos de su formación y ocupación, por lo anterior, este criterio se convierte en referente prospectivo para estudiar el impacto de los laboratorios de innovación y creación de contenidos digitales como herramienta estratégica para la formación en Comunicación Social, la transformación de la profesión y sus perfiles ocupacionales.

De otro lado, se logra identificar que un reto importante que se asume desde el Medialab es educar al comunicador para que sea agente activo de la transformación social, escenario en el que el Medialab se contempla como un espacio integral que permite a partir del uso de herramientas tecnológicas la innovación en la dinámica comunicativa y ocupacional en el entorno virtual con la audiencia de cada proyecto a

través del desarrollo de actividades teórico – prácticas que implican una interacción permanente con la comunidad, su problemática y abren la posibilidad de participar con soluciones eficientes, de esta manera, se logra establecer la contextualización del fenómeno de los laboratorios de innovación y creación digital como iniciativa universitaria para la creación de espacios sociales e innovadores de cocreación de conocimiento en el campo de la Comunicación Social.

Simultáneamente, al analizar los laboratorios de innovación y creación de contenidos digitales como espacio universitario de acción grupal para los aprendizajes reflexivos – creativos en torno a la Comunicación Social, se debe señalar que, desde lo académico el proyecto Medialab, invita a examinar el tema evaluativo que se exige en los programas académicos periodo a periodo, ya que como ejercicio voluntario no implica una evaluación cuantitativa sino cualitativa en consonancia con una premisa de aprendizaje social y continuo. A la sazón, se sostiene que el proyecto Medialab ayuda a entender e interpretar lo digital desde los procesos comunicativos que median entre las audiencias y los medios de comunicación on line.

Finalmente, al proponer la construcción de una nueva estructura de enseñanza de habilidades y destrezas para el comunicador social en el entorno digital, se advierte que el medialab es un espacio de formación profesional inter y multidisciplinar desde aspectos conceptuales, técnicos y prácticos a partir de una perspectiva critico-analítica con un sentido social amplio.

8. Conclusiones y aportes

En el recorrido del presente estudio se analizaron desde distintos referentes teóricos y conceptuales los laboratorios de innovación y creación de contenidos

digitales – medialab-. Se realizó un recorrido histórico desde experiencias gestadas en diferentes campos de conocimiento como la industria, el arte, la salud hasta trabajos significativos dentro de laboratorios sociales vinculados con la educación y universidades. El sustento teórico y la aplicación del estudio mencionado, permite consolidar la idea de que los medialabs son una herramienta estratégica para la formación en Comunicación Social, la transformación y sus perfiles ocupacionales.

El análisis de los datos recogidos en la aplicación del grupo focal, arrojó que pertenecer a un medialab es una oportunidad para fortalecer e innovar en la formación tradicional en relación con las didácticas alternativas, las nuevas tecnologías y los aprendizajes significativos. Tal como se expone en el recorrido del trabajo los laboratorios de innovación y creación de contenidos son una iniciativa universitaria que se gestionan a partir de espacios sociales de co-creación y conocimiento en el campo de la comunicación. Asimismo, se fortalecen a partir de aprendizajes reflexivos y creativos, nos permite visualizar una propuesta y estructura de enseñanza para el comunicador social en el entorno digital.

En el marco de la innovación social y la cultura digital, los medialab y laboratorios de creación de contenidos digitales se convierten en un baluarte fundamental para la innovación y el impacto social, es decir, estos espacios encuentran cabida en los tres objetivos fundamentales de las universidades que son: la educación, la investigación y la proyección social. Se articulan de manera eficiente el diálogo teoría - práctica en torno a la función de los “medialabs” como espacios de producción e investigación alternativos al propuesto por los laboratorios académicos tradicionales

orientados al estudio de los nuevos medios, asumiéndolos como espacios de investigación y creación entre la colaboración y la transdisciplina.

A la luz de las teorías y conceptos articulados con el estudio, se convierte en un reto administrativo que las instituciones educativas universitarias, que en la praxis evidencian el potencial educativo y se gestiona desde los medialabs, puedan incluir entre los modelos, currículos y didácticas las formas de gestión de estos espacios, pues se constituyen desde otras dinámicas. De ahí que, la propuesta presentada se fundamente en la relación plan de estudio – habilidades transversales y visión de mercado, perfiles emergentes y paradigmas operativos mediáticos (innovación y creatividad), en atención a la fuerte visión social de la institución y la tendencia del hacer y reflexionar en el proceso formativo.

La carrera de Comunicación Social está en constante transformación a la par de las tecnologías. Dicho esto, los medialabs de innovación social y creación de contenidos ejercen un papel fundamental en las instituciones para cerrar las brechas de la educación tradicional frente a los retos contemporáneos del profesional y las habilidades que requiere el mercado, que se sustentan desde las didácticas alternativas y la educomunicación. Se puede concluir que la carrera de Comunicación Social de Uniminuto Virtual y a Distancia, experimenta un proceso enseñanza aprendizaje sustentado a partir de medialabs que en alto nivel cumplen los ejes determinantes del quehacer de las universidades.

A la sazón, se refiere una recomendación fundamental de abordajes futuros del ejercicio Medialab desde la perspectiva ética de la profesión en Comunicación Social, desde la cual se propone hacer un análisis diferencial de la profesión y sus perfiles ocupacionales no bajo lógicas mercantilistas sino académicas, no obstante, se indica que es importante seguir manteniendo en este ejercicio la articulación del programa académico con el sector productivo, asumiendo a ambos como motores de innovación frente al desarrollo integral del campo y de la profesión en cuestión, por tanto, el futuro de la profesión depende de la formación de profesionales visionarios que asuman a su audiencia no como una cifra ni como unidades de consumo sino como seres humanos, además, como profesionales, los nuevos comunicadores sociales, deben ser capaces de reflexionar y asumir el reto de reestructuración mediática en torno a las dinámicas sociales y ciudadanas de la sociedad digital donde la información es poder, y donde ese poder en ocasiones deviene del miedo, según Nussbaum (2014).

Finalmente, los datos obtenidos en el ítem de resultados de investigación son concluyentes en torno los siguientes aspectos:

a. La figura del medialab en la carrera Comunicación Social de Uniminuto Virtual y a Distancia es un espacio para la creación de contenidos que pone en escena los conocimientos teóricos y prácticas de los estudiantes como fundamento para gestionar actividades que promueven la transversalidad e interdisciplinariedad a nivel curricular.

b. Para el estudiante de Comunicación Social es determinante emprender procesos de creación e innovación puesto que las exigencias contemporáneas del perfil profesional requieren habilidades y competencias para la generación de proyectos pertinentes y acordes con las intenciones del sector naranja del cual hace parte la

profesión, estas competencias se asocian con las denominadas “habilidades blandas”, principalmente el desarrollo de un espíritu líder. El componente innovador en este proceso se enraíza con la implementación de mesas creativas, especies de mesas de trabajo que se consolidan para cada proyecto.

c. El medialab fortalece el perfil profesional del Comunicador Social puesto que su gestión, flujo de trabajo y actividades se vinculan a las exigencias del mercado y los retos del perfil profesional.

d. Las didácticas alternativas y la educomunicación se fundamentan entre otros aspectos a partir del desarrollo de habilidades blandas en la gestión del conocimiento. Se encontró que las primeras habilidades que se destacan en un medialab son: el trabajo en equipo, el liderazgo y la creatividad.

9. Recomendaciones o propuesta de intervención

A partir de la reflexión teórica y los resultados expuestos arriba se sugiere la propuesta de intervención con un modelo laboratorio de emprendimiento en medios digitales bajo la metodología de Lean Start Up así:

Tabla 2.

Lienzo modelo de negocio (BMC) – Medialab CSOD UVD.

Socios clave Instituciones de Educación Superior – IES. Empresas públicas y privadas. Instituciones Estatales.	Actividades Clave Workshop y cursos empresariales y universitarios. Diseño, formulación, gestión y asesoría en proyectos de investigación. Producción de contenidos transmedia. Procesos de innovación y soluciones tecnológicas.	Propuesta de Valor Espacio alternativo de producción mediática en formato digital abierto sobre las siguientes líneas: educación, investigación, experimentación audio / vídeo, tecnología e innovación.	Relaciones con clientes Contacto directo. Correo electrónico. Boletines. Redes Sociales. Web.	Segmento de Clientes Universitarios y empresarios interesados en recibir entrenamiento digital para el desarrollo de proyectos innovadores a nivel profesional y empresarial.
	Recursos clave Ordenadores, Instalaciones, Mesa de trabajo, Softwares, Diseño de cursos, Redes Sociales, Web y Mail.		Canales Visitas Empresariales. Talleres/Cursos. Networking. Web. RRSS.	
Estructura de Costos Marketing On Line. Mantenimiento de equipos. Moviliario. Personal. Salidas de Campo. Herramientas y Softwares.		Fuentes de ingreso Diseño y Desarrollo Web y APPs. Manejo profesional de redes sociales. Venta de Talleres y Cursos On Line y Off Line. Asesoría y consultoría en investigación. Diseño y creación de productos transmedia. Eventos académicos.		

Nota: Lienzo modelo de negocio (BMC) – Medialab CSOD UVD. Martínez y Perez, 2018.

Téngase en cuenta que este modelo de negocio se encuentra en fase inicial, no obstante, este ejercicio se asocia a la línea de investigación institucional denominada “Innovaciones Sociales y Productivas”, la cual a su vez se encuentra anclada a la sublínea de investigación de programa denominada “Mercados digitales, sociedad digital y narrativas transmedia”, desde un punto de vista praxeológico plantea un análisis reflexivo sobre las dinámicas de construcción social del consumo en internet, asociado al posicionamiento de marcas, nuevos canales de comercialización y distribución de productos y servicios, así mismo, el estudio de las estructuras discursivas que se tejen como mediación en la experiencia consumista en el entorno digital y la medición de la incidencia del entorno TIC en la formación en Comunicación Social desde la hiperespecialización del campo. Como elemento transversal al currículo se asocia a la ruta académica de programa de la siguiente manera:

Tabla 3.

Temáticas y cursos relacionados con el ejercicio de Medialab.

Cursos relacionados a la sublínea Temáticas	Básico Profesional	Minuto de Dios	Profesional	Profesional Complementario
Comunicación, Nuevos Medios y Comunidades Virtuales	Fundamentos Epistemológicos de la Comunicación (I) Gestión Básica de la Información (I) Teorías de la Comunicación I-II-III (II) (III) (IV)	Proyecto de Vida (I) Responsabilidad Social una Práctica de Vida (IV) Ética Profesional (VII) Estructura Plan de Negocios (IX)	Comunicación y Participación en Medios Digitales (X)	
Marketing, publicidad y medios digitales	Comunicación Estratégica (V)		Fotografía (II) Producción Sonora (III) Diseño y Diagramación (IV) Producción Audiovisual (V) Producción Transmedia (VI) Producción Web (VII) Plan de Medios Digitales (X) Gramática (II) Producción Textual (III) Crítica y Argumentación (V) Laboratorio de Medios (VII)	
Narrativas Transmedia	Comunicación Escrita y Procesos Lectores (I) Lingüística del Texto (III) Semiótica (IV)			
Investigación	Psicología de la Comunicación (VII)	Innovación y Creatividad para la Generación de	Introducción a la Investigación en	Opción de Grado (X) Práctica Profesional (IX)

		Ideas de Negocios (VIII)	Comunicación (II) Métodos I-II (VII) (VIII) Diseño y Formulación de Proyectos (IX)	
--	--	--------------------------	---	--

Nota: Temáticas y cursos relacionados con el ejercicio de Medialab. Martínez y Pérez, 2018

De otro lado, como estrategia interdisciplinar a la formación en comunicación para la transformación de la profesión y sus perfiles profesionales se asocia al trabajo de grupos y semilleros del programa a nivel nacional tal como reza a continuación:

Tabla 4.

Semilleros y Grupos de Investigación de CSOD UVD que se articulan al ejercicio de Medialab.

Grupos de Investigación	Semilleros de Investigación
Comunicación, Convergencia y Desarrollo – CCD Sede: Bogotá D.C. - Categoría: En proceso de reconocimiento. Líder de investigación: Verónica Martínez veronica.martinez@uniminuto.edu	Tejiendo Sociedad Sede: Neiva. Líder semillero: Ana Sánchez asanchezre4@uniminuto.edu.co
Grupo de Investigación UNIMINUTO Bogotá Sur - GIBS Sede: Bogotá D.C. - Categoría: B. Líder de investigación: César Aguirre caguirre@uniminuto.edu	ECO Sede: Madrid. Líder semillero: Ángela Otálvaro aotalvaroot@uniminuto.edu.co
Desarrollo Social y gerencial - DESOGE Sede: Barranquilla - Categoría: C. Líder de investigación: Laura Altamiranda laura.altamiranda@uniminuto.edu	Miradas en Construcción de la Realidad (MCR) Sede: Bogotá D.C. Líder semillero: Fernando Alba Guerrero lalbaguerre@uniminuto.edu.co
NEXOS: Narrativas y experiencias de organizaciones y sujetos Sede: Bogotá D.C. - Categoría: Reconocido institucionalmente. Líder de investigación: Sandra Guerra squerrabaez@uniminuto.edu.co	Media.com Sede: Bogotá D.C. Líder semillero: Emanuel Enciso emanuel.enciso@uniminuto.edu
Educación y Desarrollo Humano para la Construcción de Comunidades con sentido de Responsabilidad Social - EDUCORES Sede: Ibagué - Categoría: B. Líder de investigación: Guillermo Meza guillermo.meza@uniminuto.edu	Ojo Pelao Sede: Valle. Líder semillero: David Valencia david.valencia@uniminuto.edu.co
Psicología, Sociedad y Desarrollo Comunitario - PSIDES Sede: Bogotá D.C. - Categoría: C. Líder de investigación: Daniel Velásquez daniel.velasquez@uniminuto.edu	SFILMS Sede: Valle. Líder semillero: Frank Soto troncd@gmail.com
Grupo de Investigación en Innovación Social & Educativa - GISE Sede: Valle - Categoría: C. Líder de investigación: Mauricio Carvajal mauricio.carvajal@uniminuto.edu	

Nota: Semilleros y Grupos de Investigación de CSOD UVD que se articulan al ejercicio de Medialab. Martínez y Perez 2018.

En la actualidad el Medialab hace parte del macroproyecto de programa denominado Sala de Prensa al cual se asocian además Radio UVD, Minutos de Difusión, Terrenos UVD, Cinema Fritz Lang, Tinta Púrpura y ENFOCO, tal como se muestra a continuación:



Figura 1.

Estructura Sala de Prensa. Sarmiento, 2018.

El total de estudiantes que participan actualmente en estos proyectos asciende a 79. Cada uno de estos proyectos pueden generar de forma independiente productos asociados al Medialab para ello se toma como referencia la descripción realizada por Sarmiento (2018) de cada uno de ellos:

Tabla 5.

Laboratorios y proyectos de Sala de Prensa CSOD UVD.

Laboratorios Proyectos	Descripción
Sala de Prensa	Espacio de formación extracurricular y voluntario que involucra a la comunidad estudiantil, a través del desarrollo de producciones en diferentes formatos, abarcando lo audiovisual, escrito, sonoro y multimedial.
Radio UVD	Espacio que apuesta por la producción radiofónica de alta calidad. Nace a partir de la necesidad de fortalecer y aplicar los conocimientos adquiridos por los estudiantes en su proceso educativo. Incluye 13 producciones radiofónicas: Atenea en la U, Bienestar al Minuto, Capitalinos, Conexión Radio, Finanzas al Aire, Hora ciudad, Micrófonos de asfalto, Ondas en la U, Radiopedia, Tribuna deportiva, Héroes de barrio, Sin límites y Stanislavsky.
Minutos de difusión	Proyecto estudiantil en formato de magazín audiovisual, que pretende subsanar la necesidad de crear un espacio de información universitario para los estudiantes de la Sede enfocado a la proyección social, el fortalecimiento académico, iniciativas estudiantiles y Personajes UVD.
Terrenos UVD	Boletín electrónico, creado para estudiantes, por estudiantes, de edición mensual. Tiene como propósito ser el medio de divulgación de las actividades, eventos y procesos orientados a estudiantes y docentes del programa.
Media Lab	Proyecto extracurricular, que tiene como propósito transformarse en un espacio de convergencia para la práctica de los procesos relacionados con el área de producción mediática del programa, principalmente enfocado a potenciar las habilidades técnicas de manejo de software especializado.
Cinema Fritz Lang	Espacio audiovisual que nace con el propósito de ofrecer a los estudiantes de la Sede UNIMINUTO Virtual y a Distancia espacios de proyección y discusión sobre producciones cinematográficas. Este proyecto cuenta con el

	apoyo de la Cinemateca Distrital y sus salas asociadas.
Tinta Púrpura “Historias y relatos desde la crónica”	Concurso que tiene como objetivo elevar la calidad de las producciones escritas y audiovisuales, así como afianzar los conocimientos y competencias de la comunidad estudiantil.
Enfoco	Concurso académico en el que los estudiantes construyen de manera individual una serie fotográfica que aborda alguna problemática social o personal.

Nota: Laboratorios y proyectos de Sala de Prensa CSOD UVD. Tomado de Sala de Prensa Informe 2018, por Sarmiento, 2018. UNIMINUTO Virtual y a Distancia. Presentación inédita. Programa de CSOD UVD.

En la actualidad los proyectos asociados a cada una de estas iniciativas no se asocian de manera directa con el Medialab sino a Sala de prensa como se dijo anteriormente, razón por la cual se considera pertinente revisar la estrategia inicial planteada por el programa y que el eje de la misma sea el Medialab.

Referencias Bibliográficas

- Alba, J. A. G. (2016). Los labs de medios en España: la innovación desde el área de la organización periodística. Cuadernos de periodistas: revista de la Asociación de la Prensa de Madrid, (33), 49-63. Recuperado de <http://www.cuadernosdeperiodistas.com/media/2017/03/49-64-GonzalezAlba.pdf>.
- Alcalá, J. R., & Ruiz Martín, J. M. (2016). Los cuatro ejes de la cultura participativa actual. De las plataformas virtuales al medialab. Recuperado de <https://ruidera.uclm.es/xmlui/handle/10578/8051>.
- Bravo, R. R. (2008). La pedagogía crítica Una manera ética de generar procesos educativos. Revista Folios, (28), 108-119. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/3459/345941358009.pdf>.
- Brianza, A. (2016). Medialabs: Investigación-creación entre la colaboración y la transdisciplina. Perspectivas Metodológicas, 2(18). Recuperado de http://festivaldelaimagen.com/wp-content/uploads/2017/07/ALEJANDRO_BRIANZA.pdf.
- Carrizo, J. G., & Díaz, O. H. (2015). Propuesta de un modelo genérico de análisis de la estructura de las narrativas transmedia/Proposal for a generic model of analysis of the structure of transmedia narratives. Revista ICONO14 Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes, 13(2), 260-285. Recuperado de <http://www.icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/745>.
- Casilimas, C. A. S. (1996). Investigación cualitativa. Icfes. Recuperado de https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/33086129/taller_investigativo_%28inv_cualitativa_%29_unal.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y5

3UL3A&Expires=1541605451&Signature=wVm6GLyAhoheqa0jGQLoCQbGg2w
%3D&response-content-
disposition=inline%3B%20filename%3DInvestigacion_cualitativa.pdf.

Cerdas, R., Céspedes, C., & Cortés, M. Los laboratorios de innovación desde una perspectiva de Gobierno Abierto. Recuperado de https://www.ucr.ac.cr/medios/documentos/2018/informe_laboratorios_de_innovacion.pdf.

Crovi Druetta, D. (2001). Comunicación y educación: La perspectiva latinoamericana (Primera ed.). México: Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa.

Cubero, I. O., & Alé, R. V. (2014). El modelo Media Lab: contexto, conceptos y clasificación. Posibilidades de una didáctica artística en el entorno revisado del laboratorio de medios. Pulso: revista de educación, (37), 149-165. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5823485>.

Donaire Pitarch, D. (2016). El auge de los laboratorios de innovación en los medios de comunicación. Recuperado de <http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/163901>.

Del Campo Cañizares, Elpidio; Fuster Zaragoza, Teresa. (2017) Medialabs españoles. Un análisis de sus formatos narrativos. España.

Fundación telefónica. (2011) Revista telos. (Cuadernos de Comunicación e Innovación). Editada por Fundación Telefónica - Gran Vía, 28 - 28013 Madrid.

Gallardo Olmedo, F. (2010). La era de los contenidos digitales desde una triple perspectiva: industria, cultura y comunicación. Encuentros Multidisciplinares. Recuperado de

https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/679173/EM_35_5.pdf?sequence=1.

García Avilés, J. A. (2009). La comunicación ante la convergencia digital: algunas fortalezas y debilidades. *Signo y pensamiento*, 28(54). Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/860/86011409007/>.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación*.

Jenkins, Henry (2006). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2015). *Cultura transmedia: la creación de contenido y valor en una cultura en red*. Editorial GEDISA.

Lazo, M. S. (2015). DAVID AUSUBEL Y su aporte a la educación. *Ciencia Unemi*, 2(3), 20-23. Recuperado de <http://ojs.unemi.edu.ec/index.php/cienciaunemi/article/viewFile/126/127>.

Martín - Barbero, J. (2000). *Comunicación-educación: coordenadas, abordajes, travesías*.

Martín-Barbero, J. (2007). *La educación desde la comunicación*. Bogotá: Norma.

Martin, J. L. (2013). El aporte de la Escuela de Fráncfort a la Pedagogía Crítica. *El Equilibrista*, 1(1). Recuperado de <http://p3.usal.edu.ar/index.php/elequilibrista/article/view/1353>.

Martínez Miguélez, M. (2007). Conceptualización de la transdisciplinariedad. *Polis. Revista Latinoamericana*, (16). Recuperado de <https://journals.openedition.org/polis/pdf/4623>.

Navarro, V. M. (2014). Aprendizaje basado en Proyectos en y uso del vídeo.

Experiencias de trabajo en el aula de Ciencias Sociales. Se debe citar:

Hernández, J. y Martín, E.(Eds.). (2014). Pedagogía audiovisual: Monográfico de experiencias docentes multimedia, Madrid, Servicio de Publicaciones,

Universidad Rey Juan Carlos., 191. Recuperado de

http://www.academia.edu/download/40945563/PedagogiaAudiovisual_MonograficoDeExperienciasDocentesMultimedia_Defsep_2.pdf#page=203

Ortega Cubero, I., & Villar Alé, R. (2014). El modelo Media Lab: contextos, conceptos y clasificación. Propuesta para una didáctica artística en el entorno revisado del laboratorio de medios. Recuperado de

<https://ebuah.uah.es/dspace/bitstream/handle/10017/21146/Modelo%20Ortega.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Parra Alvarracín, G. (2000). Bases epistemológicas de la educomunicación:

Definiciones y perspectivas de su desarrollo. Quito: Abya-Yala. Recuperado de

http://digitalrepository.unm.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1027&context=abya_yala.

Pastor, J. M. V. (2015). Tendencias de la innovación mediática en Estados Unidos.

Miguel Hernández Communication Journal, (6), 161-193. Recuperado de

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5281775>.

Ramírez-Montoya, M. S., & García-Peñalvo, F. J. (2018). Co-creación e innovación

abierta: Revisión sistemática de literatura. Recuperado de

<https://repositorio.grial.eu/bitstream/grial/1048/1/c5401es.pdf>.

- Rivas, A., & Delgado, L. E. (2016). Graduate XXI: Un mapa del futuro: Cincuenta innovaciones educativas en América Latina. Recuperado de <https://publications.iadb.org/handle/11319/7595>.
- Rivas, A., & Delgado, L. E. (2017). Escuelas innovadoras en América Latina: 30 redes que enseñan y aprenden. Recuperado de <https://publications.iadb.org/handle/11319/8254>.
- Romero-Frías, E., & Robinson-García, N. (2017). Laboratorios sociales en universidades: Innovación e impacto. El caso de Medialab UGR. Recuperado de http://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/44867/postprint_es.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Salaverría, R. (2015). LOS LABS COMO FÓRMULA DE INNOVACIÓN EN LOS MEDIOS. El profesional de la información, 24(4). Recuperado de <https://recyt.fecyt.es/index.php/EPI/issue/viewFile/2152/40#page=45>.
- Salinas Ibañez, J., Castillo Ochoa, P., Benito Crosetti, B. D., Cebreiro López, B., Castaño Garrido, C., Cabero Almenara, J., & Martínez Sánchez, F. (2008). Innovación educativa y uso de las TIC. Universidad Internacional de Andalucía. Recuperado de <http://dspace.unia.es/bitstream/handle/10334/2524/innovacioneduc2008.pdf?s>.
- Serrano, M. T. E. (2004). Creatividad: definiciones, antecedentes y aportaciones. Recuperado de <http://www.ru.tic.unam.mx:8080/handle/123456789/693>.
- Scolari, C. A., Micó Sanz, J. L., Navarro Güere, H., & Pardo, H. (2008). El periodista polivalente. Transformaciones en el perfil del periodista a partir de la

digitalización de los medios audiovisuales catalanes. Recuperado de <http://repositori.uvic.cat/handle/10854/2443>.

-Scolari, Carlos Alberto (2011). Transmedia storytelling: más allá de la ficción. Recuperado de <https://hipermediaciones.com/2011/04/10/transmedia-storytelling-mas-alla-de-la-ficcion/>.

UNESCO. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas. 2010. Argentina.

Vázquez, D. L., & Rey, M. C. N. (2016). Los Media Labs como motor de Innovación en la Televisión Pública de Europa. In De los medios y la comunicación de las organizaciones a las redes de valor (pp. 879-893). XESCOM. Red Internacional de Investigación de Gestión de la Comunicación. Recuperado de <https://xescom2016.files.wordpress.com/2017/01/documento-xescom.pdf>

Vicente y Domínguez, A. M. (2011). Nuevos perfiles laborales y docentes. Internet renueva el sector de la comunicación audiovisual. Telos: Revista de pensamiento sobre tecnología y sociedad, (87), 84-90.

Zurbruggen, C., & Lago, M. G. (2014). Innovación y co-creación. Nuevos desafíos para las políticas públicas. Revista de Gestión Pública, 3(2), 329-361. Recuperado de https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/54214515/ZurbruggenyGonzalez.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1541546154&Signature=IX0eXY%2BgysUFBQ7hJNxU%2BWdauhk%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DInnovacion_y_co-creacion_nuevos_desafios.pdf.

Anexos

Anexo 1. Instrumento Grupo Focal

Este grupo focal se aplica como instrumento de investigación en el marco del estudio denominado “Los laboratorios de creación e innovación de contenidos digitales como estrategia transversal e interdisciplinar a la formación en Comunicación Social para la transformación de la profesión y sus perfiles profesionales”.

Se aclara al participante que la información derivada de esta aplicación instrumental es estrictamente confidencial, en consecuencia, las repuestas que se desarrollen solamente las conocerá el investigador cuyo nombre es Julián Perez Naranjo, Comunicador Social y Periodista de la Universidad Surcolombiana. Especialista en Televisión de la Universidad Javeriana. Maestrante en Educación de la Universidad Surcolombiana.

Quede expuesto que este grupo focal es desarrollado como instrumento de recolección de datos para la tesis de grado del investigador, por ende, tiene fines académicos. Finalmente, se agradece su participación y su tiempo, se le solicita responder de manera tranquila y fiel a sus convicciones, no será juzgado, ni expuesto ante nadie por sus respuestas.

Educación

Creatividad e Innovación ¿Cómo incide el ejercicio de Medialab en el desarrollo de la creatividad e innovación como habilidades primarias en el comunicador social en formación?

Transversalidad ¿Es el ejercicio de Medialab, un ejercicio transversal a la formación del nuevo Comunicador Social?

Interdisciplinariedad ¿Es la interdisciplinariedad un elemento característico del ejercicio de Medialab? ¿El ejercicio de Medialab contribuye al desarrollo de un perfil ocupacional integral para el nuevo Comunicador Social?

Pedagogías Críticas y Didácticas

Habilidades/Competencias ¿El ejercicio de Medialab fomenta el desarrollo de habilidades blandas como: liderazgo, responsabilidad, sociabilidad, trabajo en equipo, adaptabilidad, creatividad y optimismo en el comunicador social en formación?

TIC ¿Cómo se vinculan las TIC al ejercicio de Medialab?

Transformación social ¿Qué aportes social, académico e institucional se desprenden del ejercicio de Medialab?

Formación en comunicación

Retos ¿Qué retos ocupacionales y profesionales percibe como nuevo comunicador social? ¿Contribuye el ejercicio de Medialab a la resolución de esos retos?

Anexo 2. Consentimiento Informado

CONSENTIMIENTO O ASENTIMIENTO INFORMADO PARA APLICACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

“Los laboratorios de creación e innovación de contenidos digitales como estrategia transversal e interdisciplinar a la formación en Comunicación Social para la transformación de la profesión y sus perfiles profesionales”

Investigador Principal: Julián Pérez Naranjo

Estimado/a participante:

A través de este medio le solicitamos su apoyo e invitamos a participar de esta investigación por considerarle un miembro importante para la comunidad académica del programa de Comunicación Social modalidad Virtual y Distancia de la Corporación Universitaria Minuto de Dios. Con el propósito de que usted decida si desea hacer parte de esta investigación, es importante que dicho proyecto sea de su pleno conocimiento, es decir, que usted conozca cuáles son los objetivos que se persiguen, los procedimientos a seguir, así como los posibles beneficios y riesgos que puedan presentarse en el transcurso de la misma. Este proceso se denomina Consentimiento Informado. De allí, que este formato contenga toda información referente a objetivos, beneficios, riesgos, procedimientos, además de explicar cómo se utilizará y protegerá, la información de carácter personal (confidencialidad). Una vez usted termine de leer este formato y despeje todas sus dudas sobre la presente investigación, se le solicita que firme al final del documento. Esto confirmará su participación en el estudio. Usted debe recibir una copia de este documento.

Descripción del Estudio: los objetivos específicos de este trabajo giran en torno a la contextualización del fenómeno de los laboratorios de innovación y creación digital como iniciativa universitaria para la creación de espacios sociales e innovadores de cocreación de conocimiento en el campo de la comunicación social, el análisis de los laboratorios de innovación y creación de contenidos digitales como espacio universitario de acción grupal para los aprendizajes reflexivos – creativos en torno a la Comunicación Social y la construcción de una propuesta para una nueva estructura de enseñanza de habilidades y destrezas para el comunicador social en el entorno digital.

De esta base se desprende su impacto académico, social e institucional consistente en advertir sobre la ineludible necesidad de formar profesionales con formación polivalente y multidisciplinar, con capacidades conceptuales, técnicas y prácticas en el área de la comunicación audiovisual, multimedia e Internet, con una perspectiva analítica y crítica, en línea con lo planteado por Alonso et al. (2010), potenciando un planteamiento multisoporte a nivel curricular que permita la migración del lenguaje lineal secuencial a un nuevo modelo que apueste por una concepción creativa y práctica de los medios en la cultura digital.

Por lo tanto, el problema se centra en identificar ¿Cómo a través de los laboratorios de innovación y creación de contenidos digitales se apunta a la construcción del

conocimiento inter, multi, pluri y transdisciplinario que soporta la formación en comunicación social, la transformación de la profesión y sus perfiles ocupacionales? Definiendo como plan de temas en el estado del arte y marco teórico los siguientes ejes temáticos: ¿Qué es un Medialab?, Referentes del término “Medialab”, Hacia una tipología del Medialab, Los medialabs en el marco de la innovación social y la cultura digital, Los medialabs como motor de innovación en la universidad, y El impacto social de los medialabs. Finalmente, en lo que respecta al nuevo conocimiento objeto de este estudio se muestra a los “medialabs” como beneficio reportado por las universidades a su entorno social próximo.

Riesgos y Dificultades: no se anticipan riesgos ni situaciones que incomoden al participante.

Beneficios: esta investigación es pertinente en la medida en que aborda una perspectiva desde la cual la innovación y creación de contenidos digitales como estrategia transversal e interdisciplinar para la formación en Comunicación Social a partir de los “Medialabs” se constituye en una alternativa en medio de tensiones donde convergen arte, ciencia y tecnología para la experimentación y el ensayo de nuevas metodologías, fórmulas educativas y de participación ciudadana, tal como señalan Brianza (2016) y Romero (2011).

De otro lado, este estudio atiende a la necesidad de elaborar un discurso que articule de manera eficiente el diálogo teoría - práctica en torno a la función de los “Medialabs” como espacio de producción e investigación alternativo al propuesto por los laboratorios académicos tradicionales orientado al estudio de los nuevos medios, asumiéndolos como espacios de investigación y creación entre la colaboración y la transdisciplina, es decir, espacios donde profesionales de distintas disciplinas trabajan en conjunto y construyen conocimiento de forma colaborativa, como indica Brianza (2016).

Finalmente, podría decirse que esta pesquisa es pertinente en la medida en que se hace necesario un análisis del modelo de trabajo horizontal inherente a los “Medialabs” que además de promover una fuerte convergencia transdisciplinar permite el desarrollo de habilidades blandas o soft skills (liderazgo, responsabilidad, sociabilidad, trabajo en equipo, adaptabilidad, creatividad y optimismo) entre sus miembros.

Confidencialidad y Registros: este estudio es de carácter estrictamente confidencial por ende los datos que usted suministre los conocerá únicamente el (la) investigador (a). Posteriormente, estos datos serán ingresados a una base de datos. En caso de existir algún registro audiovisual o fotográficos estos serán destruidos una vez terminada la investigación sino se cuenta con su aprobación explícita para la publicación de los mismos.

Es posible que alguna de esta información, además de que sea utilizada en el informe final, sea compartida con instituciones con las que se trabaje en este tema (Ministerio de Educación, Instituciones Públicas como Alcaldía / Gobernación, Fundaciones, entre

otras). Sin embargo, la información mantendrá su carácter estrictamente anónimo y confidencial.

Contactos: si usted tiene alguna pregunta sobre este estudio, por favor contacte a: Julián Pérez Naranjo, Comunicador Social y Periodista de la Universidad Surcolombiana. Especialista en Televisión de la Universidad Javeriana. Maestrante en Educación de la Universidad Surcolombiana, al correo julianperez928@gmail.com.

Si tiene alguna pregunta con relación a sus derechos como participante en una investigación, por favor contacte a Nelson Ernesto López Jiménez (Director Académico Programa de Maestría en Educación Universidad Surcolombiana Neiva - Huila).

Al firmar abajo, usted confirma lo siguiente:

- Ha leído este formato de consentimiento informado (o ha sido leído para usted) y ha tenido la oportunidad hacer preguntas sobre el estudio.
- La posibilidad de algún riesgo le ha sido explicada a su satisfacción.
- Usted comprende que ni el investigador ni la institución, cuentan con un plan que cubra costos asociados con algún problema que usted tenga por participar en este estudio.
- Su participación en este estudio es completamente voluntaria.
- Usted puede cambiar de parecer y suspender su participación en el estudio en cualquier momento, sin que ello incurra en ninguna penalidad o pérdida de algún posible beneficio al que usted tendría derecho.

Yo, _____, manifiesto mi consentimiento para realización de instrumentos de investigación (entrevistas, encuestas, grupos focales, etc.) cuyos datos serán usados únicamente con fines estadísticos, académicos o para el diseño de estrategias de intervención en las temáticas que incluye.

La utilización de los datos se hará respetando el anonimato y la confidencialidad de los mismos.

Firma: _____

Cédula: _____

Anexo 3. Cronograma de actividades

Fases tiempo	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4				Mes 5				Mes 6				Mes 7				Mes 8							
Fase I. Revisión de literatura.	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Fase II. Identificación de participantes reales y potenciales.					■	■	■	■																												
Fase III. Diseño metodológico. Formulación del problema, objetivos, métodos, procedimientos.					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■																				
Fase IV. Recolección de datos.																	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Fase V. Resultados y análisis de la información.																									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Fase VI. Elaboración de conclusiones y recomendaciones.																													■	■	■	■	■	■	■	■

Anexo 4. Presupuesto

Rubros	Fuentes de Financiación		Total
	Personales	Contrapartida	
Equipo	1.500.000	0	1.500.000
Materiales	500.000	0	500.000
Salidas de Campo	200.000	0	200.000
Viajes	0	0	0
Bibliografía	0	0	0
Software	0	0	0
Publicaciones	0	0	0
Servicios Técnicos	0	0	0
Construcciones	0	0	0
Total	2.200.000	0	2.200.000