

Creación de un laboratorio de medios en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos-Perú

Creating a Media Lab at the Universidad Nacional Mayor de San Marcos-Perú

Jacqueline Oyarce-Cruz

Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Contacto: moyarcec@unmsm.edu.pe

Resumen

El objetivo general fue crear un laboratorio para estudiar los usos de Internet y otros medios digitales en el desarrollo de la comunicación. El objetivo específico fue estudiar y aplicar estrategias digitales para difundir avances de la investigación científica producida en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Se utilizaron los *podcast*, *streaming* y textos hipermedia. Es una investigación aplicada de corte transversal. Como resultado se creó el laboratorio de medios *Media Lab UNMSM* que es un Núcleo de Investigación Tecnológica (NIT). Utiliza redes sociales para lograr impacto comunicativo y, como un laboratorio de medios, posibilita a los estudiantes y docentes experimentar, proponer, innovar con medios digitales. Contribuye también a la difusión de contenidos científicos entre la comunidad. Es el primer laboratorio de medios de la universidad peruana.

Palabras clave: Laboratorio de medios, medios digitales, Internet, difusión científica

Abstract

The main objective of creating a Media Lab as specialized space was to study internet and other digital media in mass communication. A specific objective was to study and apply digital strategies to broadcast scientific contributions of the Universidad Nacional Mayor de San Marcos. It is an applied, cross-sectional study. It uses podcast, streaming and hypertext. As a result, the *Media Lab UNMSM* was created. Today is a Research Nucleus of the Universidad Nacional Mayor de San Marcos. A Media Lab enables students and professors to innovate with digital media. It also helps to spread scientific content among the community. It is the first Media Lab of the Peruvian university.

Keywords: Media Lab, digital media, internet, spread science

Introducción

El proyecto “*Creación de un Laboratorio de Medios —Media Lab— para el estudio de internet y de otros medios digitales usados en el periodismo*” fue presentado al concurso de proyectos con incentivos a la investigación y al investigador, denominado CON CON, ante el Instituto de Investigaciones Humanísticas de la Facultad de Letras y Ciencias Humanas en el año 2015. Los objetivos fueron *fundar* un laboratorio de medios (*Media Lab*) como espacio de investigación, discusión, innovación y propuestas, sobre el fenómeno de Internet y su implicancia en la comunicación masiva, así como *estudiar* las modificaciones que experimenta el periodismo nacional afectado por los diferentes niveles de interactividad, hipertextualidad e hipermedialidad que la tecnología, en desarrollo, condiciona. Se puso énfasis en los nuevos medios de comunicación del ámbito digital.

Se realizó un diagnóstico sobre la existencia de un laboratorio de medios en una universidad peruana y se comprobó que no existe ninguna institución de educación superior ni privada ni pública del país que cuente con las características que el equipo de investigación consideró necesarios para su creación en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM), casa de estudios que se caracteriza por estar a la vanguardia en las investigaciones académicas. Para ello se estudió el modelo de trabajo del *Media Lab* del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT), el primer centro superior de estudios de occidente en instituir un laboratorio de medios y también el modelo del *Internet Media Lab* de la Universidad Complutense de Madrid, uno de los mayores laboratorios que existen en el mundo académico de habla hispana.

El año 2016 se aprobó mediante Resolución Rectoral su funcionamiento y categorización (RR N.º 01690-R-16) reconociéndolo como Núcleo de Investigación Tecnológica (NIT), de la UNMSM. Así, se denomina *Media LAB UNMSM* y tiene el slogan “*cobertura de banda hacia el conocimiento*” que, junto con su logotipo, cuenta con el signo distintivo de marca otorgado por Indecopi. Se distingue la transmisión por radio en *streaming* para difusión de resultados de la

investigación científica que se produce en la UNMSM.

Actualmente está dedicado, además de la difusión mediante *podcast* y *streaming*, a proyectos de investigación interdisciplinaria en la convergencia multimedia y de uso y aplicación de tecnología para mejorar la comunicación e información.

1. El método

Este laboratorio de medios fue resultado de una investigación aplicada, de diseño no experimental de corte transversal. Se aplicó la técnica de la encuesta y su instrumento, el cuestionario. Como técnica de medición para datos cuantitativos se utilizó (y se utiliza) Ahrefs como herramienta de monitoreo de *backlinks*, y *google analytics*. El trabajo se desarrolló por etapas:

1.1. Proceso de consolidación de Media LAB UNMSM

Antes de la instalación del laboratorio

- Se realizaron talleres de inmersión dirigidos a los docentes y estudiantes (de pregrado) integrantes del equipo de investigación. La temática fue “*Modelos de Laboratorios de Medios en el Mundo*”, a cargo de Jesús Flores Vivar, director del *Internet Media Lab* de la Universidad Complutense de Madrid y miembro del laboratorio en calidad de investigador externo.
- Se procedió a la revisión y estudio de la bibliografía existente sobre el tema. Con la ayuda de la teoría se definieron las características del lenguaje digital: interactividad, hipermedialidad e hipertextualidad.
- Se trabajó con parámetros que permiten medir la interacción de medios, tanto tradicionales como emergentes.
- Se utilizó la técnica de la entrevista para obtener información
- Se realizó investigación documental sobre los procesos de transformación digital en el Perú para conocer el estado de la cuestión..

Durante el funcionamiento del laboratorio

- Se estudiaron los nuevos modelos de información periodística a través

de internet y otras tecnologías emergentes.

- Se analizó la manera en que Internet y los medios digitales afectan las formas tradicionales de hacer periodismo en un contexto actual de periodismo en red.
- Se presentó el informe *in extenso* a la UNMSM, y se expuso la experiencia de trabajo en el VI Congreso Internacional de Periodismo en Red y en el Primer Seminario Científico Profesional de la Red de Investigación Interdisciplinar en Tecnologías y Comunicación (Red ITC), realizado en la Universidad Complutense de Madrid en noviembre de 2016.

Después de la instalación del laboratorio

- Se sometió a prueba su funcionamiento e impacto con el diseño y ejecución de un modelo alternativo de periodismo que se denominó “*hiperlocal*”. Este modelo se aplicó en el desarrollo de los cursos “Redacción básica” y “Redacción periodística” de la Escuela Académico Profesional (EAP) de Comunicación Social.
- Se sometió a prueba su capacidad de difusión de información con la creación de la línea de producción de programas de radio en *podcast* y *streaming*. Ambos son proyectos multimedia innovadores con base en la tecnología digital que se implementaron a través de los cursos de periodismo radial. Se determinó su éxito mediante la métrica.

2. Resultados

2.1 Los inicios del Media LAB UNMSM

Una vez instalado el Media LAB UNMSM se planteó la pregunta inicial sobre si la llegada de Internet al Perú a fines de la década de 1990 condicionaba una ruptura del modelo tradicional del periodismo o si solo se producían ligeras modificaciones en el quehacer periodístico. Se consideró importante, como primer paso, estudiar los procesos de transformación que ha experimentado el quehacer periodístico tradicional con la influencia de la tecnología en este siglo

XXI. Se tomó como antecedente las experiencias periodísticas del siglo XX, cuando el periodismo logró su máximo desarrollo a través de medios tradicionales (prensa, radio, televisión), período en el que la producción de mensajes era establecida por los periodistas mediante la agenda-setting, término acuñado por McCombs y Shaw (1972), que proponía lo que debía ser noticioso en lo cotidiano.

Se observó que el uso de tecnología digital en el Perú registra un considerable aumento, lo que se constata con la cifra de quince millones de usuarios de líneas móviles que reporta el organismo regulador de las comunicaciones en el Perú, OSIPTEL (Agencia de Noticias Andina, 6 de marzo de 2016). Ello condiciona nuevas formas de presentar la información en general e inclusive la modificación del discurso periodístico que se debe ajustar a los formatos propuestos por las aplicaciones que utilizan las empresas noticiosas tradicionales y también los medios emergentes que exploran una nueva narrativa, incorporando a los “*prosumidores*” (Scolari, 2013, p. 27) —quienes han asumido que son parte fundamental del mensaje noticioso—, y que se utilizan recursos propios del lenguaje Web: interactividad, hipermedialidad e hipertextualidad.

Se concluyó que al llegar Internet al Perú, entre 1994 y 1996, los medios escritos de mayor impacto nacional adaptaban el mismo esquema de prensa escrita a sus páginas Web. Recién a partir de 2010 los medios escritos comenzaron a tener identidad, al explorar los recursos que el ámbito digital proporciona: interactividad, hipermedialidad, hipertextualidad. El año 2015 surgen los medios periodísticos de investigación *Ojo Público* (2017) y *Convoca* (2017), cuyos equipos integran, además de periodistas, a programadores Web. Se inicia así una nueva etapa del periodismo en el país. Hasta aquí se realizó una primera etapa de trabajo en el *Media LAB UNMSM*.

En el año 2015-2016, el equipo de investigación del *Media LAB UNMSM* ganó el concurso de Proyectos de Investigación Básica y Aplicada (PIBA). El proyecto propuso la creación de una radio en *streaming* como soporte

tecnológico para la difusión de los contenidos científicos, tecnológicos, académicos, culturales que se generan en la UNMSM, así como un medio de divulgación de las investigaciones que se producen en el laboratorio. Con el fin de difundir los resultados de los estudios se implementó un portal Web del servicio *Wordpress* (Media LAB UNMSM, 2017). Aquí se alojan contenidos en *podcast*, *streaming*, *videocast* y textos hipermedia. Para lograr mayor impacto se utilizan las redes sociales Facebook y Twitter. Se cuenta con un propio servidor Web que permite el alojamiento de estos servicios.

Desde su fundación, en el *Media LAB UNMSM* se han desarrollado también los proyectos de investigación con financiamiento titulados *Registro, sistematización y visualización de la documentación científica generada en la UNMSM: Open Data; Cyberperiodismo en plataformas virtuales: nueva forma de comunicación que promueve el ciberactivismo*, ambos estudios publicados en libros y revistas de la especialidad. Actualmente se realiza un monitoreo de medios digitales sobre el cambio climático entre los años 2013-2016.

2.2 Alianzas con laboratorios de medios: la creación de la RED ITC

El impacto que ha logrado el equipo de *Media LAB UNMSM* con sus contribuciones y estudios ha permitido establecer alianzas con laboratorios de universidades de Brasil, España y México. Así, el laboratorio es miembro fundador de la Red de Investigación Interdisciplinar en Tecnologías y Comunicación, RED ITC (Media LAB, 2017c), que nació el año 2016 con el propósito de coordinar las acciones académicas para ampliar o complementar las líneas de investigación o aplicación del conocimiento que generan, fomentar la realización conjunta de proyectos de docencia, investigación, extensión de servicios y difusión de la cultura, así como proponer y desarrollar soluciones a problemas de interés fundamentados en la investigación de la comunicación, la educación y la transversalidad de las tecnologías de la información. Se trabaja de manera coordinada con el laboratorio “*Procesos Comunicativos y Tecnologías Emergentes*” del Instituto de Arquitectura, Diseño y Arte de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez (UACJ), de la ciudad de México; también con el laboratorio “*Géneros Audiovisuales e*

Imágenes (EGAUDIM)” del Departamento de Periodismo II de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, España; “Mobilab Research” de la Faculdade da Arquitetura, Artes y Comunicaçao de la Universidade Estadual Paulista (Campus de Bauru); “*Internet Media Lab (IML-UCM)*” de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, España (Media LAB UNMSM, 2017c). Los intercambios científico-profesionales que se realizan entre sus miembros integrantes se coordinan vía *skype* y se hacen público en los diferentes países miembros a partir de seminarios presenciales y virtuales. El primero se realizó en la Universidad Complutense de Madrid en noviembre de 2016; el segundo seminario se llevó a cabo en abril de este año en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (el tema fue “*Afianzando el ecosistema de docencia e investigación ciberperiodística*”) y el tercero se realizará en septiembre de este 2017, en la sede de la Universidad Estadual Paulista de Brasil.\

3.3 Servicios que brinda el laboratorio

Media LAB UNMSM y su equipo integrado por docentes, estudiantes e investigadores externos brinda los siguientes servicios a la Facultad de Letras y Ciencias Humanas:

1. Soporte en el diseño e implementación de la nueva página Web de la Facultad que se encuentra alojada en la Web de la Facultad de Letras y Ciencias Humanas (Facultad de Letras y Ciencias Humanas UNMSM, 2017). Esta página Web se encuentra alojada en el servidor propio del Media LAB UNMSM instalado en la Red Telemática de la UNMSM.
2. Capacitación a los docentes de la Facultad de Letras y Ciencias Humanas (FLCH), en el proceso de inscripción en el Directorio Nacional de Investigadores (DINA), y en el Registro Nacional de Investigadores (REGINA). Hasta el momento veinte investigadores de la FLCH han sido calificados como investigadores del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONCYTEC).
3. Capacitación a los docentes de la FLCH para la obtención del código

ORCID.

4. Alojamiento de las revistas de la Facultad de Letras y Ciencias Humanas de la UNMSM, así como su monitoreo para indexarlas en diferentes bases de datos.
5. Monitoreo de medios de comunicación en torno a procesos que afectan la vida política, económica y social del país.
6. Asesoramiento a las autoridades de la FLCH en el proceso de informatización iniciado siguiendo los lineamientos de la política “*cero papel*” trazada en esta casa de estudios.

En *Media LAB UNMSM* se realiza también:

1. Emisión en *streaming* y producción de *podcast* en formato entrevista, crónica y reportaje dirigido a difundir los resultados de las investigaciones que se realizan en la UNMSM y que contribuyen con la sociedad peruana.
2. Desarrollo del *Club de Jóvenes Críticos*, un trabajo conjunto con el Programa de Formación de Públicos del Gran Teatro Nacional, órgano dependiente del Ministerio de Cultura. Este proyecto tiene el objetivo de formar una primera generación de jóvenes comunicadores que promuevan, a través de diferentes formatos digitales, el desarrollo de habilidades y competencias del público joven para conocer, comprender y apreciar las artes escénicas.

2.3 Áreas de trabajo en el laboratorio

Se trabajan cuatro áreas de investigación relacionadas con la influencia de la tecnología del ámbito digital y se gestan producciones propias en torno a:

- Identificación y estudio de los modelos de convergencia multimedia emergentes en el país; incluido periodismo hiperlocal, para lo cual se aborda el acontecer noticioso en los distritos de Lima desde una

perspectiva innovadora en el periodismo.

- Repositorio de lenguas originarias; se estudia la contribución de la tecnología digital para el estudio y rescate de lenguas extintas y vigentes en el Perú.
- Observatorio de medios; se estudia la producción científica de las universidades y de los medios de información y comunicación peruanos y su impacto en la sociedad.

El reto inicial que se planteó entre los objetivos específicos —y se logró— fue construir en la UNMSM una primera experiencia peruana de “*Periodismo Hiperlocal*”, una modalidad actual de periodismo propuesta por el Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT), orientada a construir ciudadanía y empoderar al ciudadano de los barrios periféricos a través del conocimiento y comunicación de su propia problemática local. Se propuso que el periodismo hiperlocal producido en la UNMSM sea mediado por la página Web de *Media LAB*. Se estableció su difusión a través de una línea creada en el portal Web para tal fin y denominada “Periodismo Hiperlocal” (Media Lab UNMSM, 2016).

El objetivo fue que este periodismo “*hiperlocal*” tuviese características propias que respondan a la realidad nacional. Para ello, se estableció que los alumnos de los cursos se agruparan según los distritos donde ellos mismos viven y que aborden la temática noticiosa de acuerdo con un diagnóstico previo entre sus propios vecinos. Así se creó “*Periodismo Hiperlocal Chorrillos*”, “*Periodismo Hiperlocal Comas*”, “*Periodismo Hiperlocal Independencia*”, “*Periodismo Hiperlocal Ate*”, “*Periodismo Hiperlocal Pueblo Libre*”, “*Periodismo Hiperlocal Callao*”. Cada grupo de trabajo ha asignado a un responsable del equipo periodístico, al editor, al fotógrafo, a los jefes de secciones (política, sociedad, cultura, deportes).

La práctica académica en Comunicación Social también contempla el curso de Periodismo Radial I y II. En la primera fase de consolidación del laboratorio se propuso trabajar la teoría relacionada con el periodismo radiofónico, el conocimiento y dominio del lenguaje radial y la construcción de

textos periodísticos ajustados a un lenguaje singular, como es el lenguaje de la radio. Se cumplió este propósito. Luego se propuso el diseño y realización de programas informativos radiales en formato *podcast*. El *podcast* es una emisión de radio o de televisión que un usuario puede descargar de Internet y escucharla en cualquier momento y lugar, en una computadora o en un dispositivo móvil que tenga conexión a Internet.

Este trabajo de producción radiofónica se puede escuchar en el portal *Media LAB UNMSM* en la sección *Radio-Streaming*. Allí se alojan los programas radiales de corta duración (no más de ocho minutos) producidos por docentes y alumnos. La temática es académica. El objetivo es dar a conocer la producción científica que se desarrolla en las diversas facultades de la UNMSM, dando visibilidad al trabajo de los profesores, investigadores y alumnos de esta casa de estudios. Los archivos de audio de *Radio-Streaming* también están guardados en la nube a través del servicio de alojamiento de archivos de audio *Soundcloud*. Los programas que los estudiantes han producido durante el semestre se encuentran para libre descarga (*Media LAB UNMSM*, 2017b). El objetivo es poner la ciencia al servicio de la sociedad a través del uso correcto del lenguaje del medio por el cual se canaliza la información, en este caso el lenguaje radial. Tanto *podcast* y *streaming* se están usando por primera vez en la UNMSM para canalizar la información científica que se produce al interior de esta casa de estudios. De esta manera, se están creando vínculos entre la universidad y la sociedad.

De otro lado, para estudiar y analizar el impacto que estos trabajos están produciendo en el país, se ha creado también una sección en el portal Web denominada *Métrica y Analítica*. Se trata de un “Observatorio de Medios de Información y Comunicación” que estudia y realiza métricas sobre la producción científica y los medios de información y comunicación peruanos. Es de esta forma como se cumple también con el tercer objetivo específico relacionado con diseñar y proponer proyectos innovadores multimedia basados en investigaciones científicas del ámbito de la comunicación y ciencias de la información. Así, se cumple también con el tercer objetivo específico relacionado

con diseñar y proponer proyectos innovadores multimedia basados en investigaciones científicas del ámbito de la comunicación y ciencias de la información.

3. Conclusiones

- La creación de un laboratorio de medios es imprescindible en una institución académica, porque se convierte en el espacio no curricular que permite estudiar, experimentar, innovar, proponer nuevas formas de comunicación vinculadas a Internet.
- Se consolidó el laboratorio de medios Media LAB UNMSM siguiendo las normas y los marcos legales que rigen la investigación en la universidad.
- Media LAB UNMSM propone nuevos modos de integración de los medios digitales en la práctica académica tradicional.
- El laboratorio se transformó en un Núcleo Investigación e Innovación Tecnológica (NIT) de la UNMSM.
- Se consolidó como marca y registró su signo distintivo en INDECOPI.
- Se incorporó como proyecto de la UNMSM con un dominio propio: Media LAB UNMSM.
- Brinda servicios en materia de comunicación e información digital a la Facultad de Letras y Ciencias Humanas.
- Se realizaron estudios sobre diferentes aspectos del periodismo desarrollado dentro de la UNMSM, especialmente enfocado en el periodismo de corte hiperlocal (Media LAB UNMSM, 2016).
- Se realizaron estudios de métrica y analítica vinculados con la producción científica de la UNMSM (Métrica y Analítica Media LAB 2016).
- Propicia la difusión del conocimiento científico que se genera en la UNMSM.
- El podcast y streaming se están usando por primera vez en la UNMSM para canalizar la información científica que se produce al interior de

esta casa de estudios.

Referencias bibliográficas

- Agencia de Noticias Andina (2016, marzo 6). 15 millones de líneas móviles navegan internet en el Perú. *Andina*. Recuperado de <http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-mas-15-millones-lineas-moviles-navegan-internet-el-peru-601888.aspx>
- Convoca. (2017). *Convoca*. Recuperado de <http://www.convoca.pe>
- Facultad de Letras y Ciencias Humanas UNMSM. (2017). Recuperado de <http://letras.unmsm.edu.pe/>
- McCombs, M. E. & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.
- Media LAB UNMSM. Hiperlocal (2016). Recuperado de <http://medialab.letras.unmsm.edu.pe/?cat=61>
- Media LAB UNMSM. (2017). Recuperado de <http://www.medialab.letras.unmsm.edu.pe>
- Media LAB UNMSM. (2017a). Métrica y Analítica. Recuperado de <http://medialab.letras.unmsm.edu.pe/?cat=53>
- Media LAB UNMSM. (2017b). Radio. Recuperado de http://medialab.letras.unmsm.edu.pe/?page_id=2142
- Media LAB UNMSM. (2017c). Red ITC. Recuperado de http://medialab.letras.unmsm.edu.pe/?page_id=2093
- Ojo Público (2017). Ojo Público. Recuperado de <https://ojo-publico.com/>
- Scolari, C. A. (2013). *Narrativas transmedia*. Cuando todos los medios cuentan. Barcelona, España: Deusto.