

Laboratorios de medios al servicio de la formación en Periodismo

Ximena Forero Arango

Doctora en Educación, Profesora Titular de la Facultad de Comunicaciones y Filología de la Universidad de Antioquia, Colombia, Integrante del grupo Estudios de Periodismo.
ximena.forero@udea.edu.co

Walter Arias Hidalgo

Magíster en Comunicación Digital, profesor de cátedra de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad de Antioquia, Colombia, Integrante del grupo de investigación Estudios de Periodismo, ewalter.arias@udea.edu.co

Palabras clave: Laboratorio universitario, Periodismo, Enseñanza superior.

Keywords: University laboratory, Journalism, Higher education.

Resumen: Este texto se deriva de una investigación que se propuso identificar los desafíos, acciones y rutas de trabajo para consolidar el laboratorio de medios *De la Urbe* como espacio de experimentación e innovación, al servicio del pregrado en Periodismo de la Universidad de Antioquia. Se realizó desde el paradigma constructivista, de tipo cualitativo, con alcance descriptivo, a través de una investigación basada en diseño. En una de las iteraciones se entrevistó a coordinadores y coordinadoras de laboratorios universitarios de periodismo. Los resultados indican que los laboratorios universitarios de periodismo son fundamentales en la actualidad debido a los retos que impone la transformación tecnológica para los procesos de enseñanza y aprendizaje. Ser abiertos, acogedores, creativos, digitales y experimentales son algunas de las conclusiones que arroja esta indagación, en el marco de un entorno caracterizado por la velocidad y la complejidad.

Abstract: This text is derived from an investigation that aimed to identify the challenges, actions and work routes to consolidate the *De la Urbe* media laboratory as a space for experimentation and innovation, at the service of the undergraduate degree in Journalism at the University of Antioquia. It was carried out from the constructivist paradigm, qualitative, with descriptive scope, through design-based research. In one of the iterations, coordinators of university journalism laboratories were interviewed. The results indicate that university journalism laboratories are essential today due to the challenges imposed by technological transformation for teaching and learning processes. Being open, welcoming, creative, digital and experimental are some of the conclusions drawn by this investigation, within the framework of an environment characterized by speed and complexity.

Introducción

La transformación tecnológica constante ha llevado a que algunos sectores, como el de las comunicaciones, creen laboratorios con equipos interdisciplinarios que les permita responder a los desafíos, retos y oportunidades que trae el impacto de la tecnología. Lo vienen haciendo desde hace varios años. En el caso del periodismo, a estos proyectos se les atribuye, incluso, la responsabilidad de crear “futuros periodísticos” (Bisso y Mills, 2021, Hogh-Janovsky y Meier, 2021).

Los primeros referentes de laboratorios de periodismo se ubican en la década del 90, precisamente cuando empezaban a surgir y estaban en proceso de consolidación algunas tecnologías de la información y las comunicaciones.

En la primera década del 2000 se dio el auge de los laboratorios de medios en diferentes ámbitos, a propósito del salto cualitativo de las web que se empezó a consolidar especialmente desde 2004, tras el surgimiento de un menú amplio de tecnologías sociales. Así lo recogieron los estudios que se hicieron años después sobre el primer “boom” de los laboratorios de medios, o lo que algunos denominaron “primera generación de laboratorios” (Salaverría, 2015).

Para la segunda década de los 2000 los horizontes de los laboratorios de medios, más conocidos como *medialabs* entraron a la llamada segunda generación por Herrera-Damas y Satizábal-Idárraga (2023) y García-Avilés (2023) porque entre sus objetivos fundamentales, además de innovar, está el de transferir conocimiento.

La investigación de la que se deriva este artículo, partió, de la necesidad de que *De la Urbe*, como laboratorio (en adelante DLU), avance en la optimización, renovación y creación de procesos, y en la adopción de tecnologías, con el propósito de consolidarse como el “motor de innovación” (Hogh-Janovsky, Meier, 2021). Se trata, especialmente, de contar con elementos que ayuden a DLU a tomar decisiones basadas en evidencia y que le permitan alinearse con algunos de los principales desafíos del periodismo del Siglo XXI: gestión de redes sociales, tecnologías móviles, audiencias (Unesco, 2018, citado en Posetti, 2018), innovaciones tecnológicas y editoriales (Salaverría, 2015) y de las nuevas formas de enseñanza y aprendizaje del periodismo.

Para lograr este propósito se plantearon las siguientes preguntas de investigación:

- ▶ ¿Cuáles son las percepciones de la comunidad académica del pregrado -estudiantes y profesores-, respecto a *De la Urbe*, como laboratorio de medios?
- ▶ ¿Cuál es la utilidad y pertinencia de los componentes, canales y espacios que hacen parte del ecosistema del laboratorio *De la Urbe*?
- ▶ ¿Qué estrategias se requieren para articular los procesos del laboratorio con los procesos formativos, de investigación y de extensión, del pregrado en Periodismo?

Este estudio plantea inquietudes de interés para todos los laboratorios universitarios de periodismo que día a día deben lidiar con los retos de la transformación tecnológica que impacta al periodismo y a los procesos de enseñanza y aprendizaje.

Los resultados dan cuenta de los aspectos y características que debe tener un laboratorio universitario de periodismo en la actualidad y cómo éste se debe articular con los procesos de formación, investigación y extensión.

Metodología

Esta investigación abordó el objeto de estudio desde el paradigma constructivista, por contemplar una perspectiva amplia e interpretativa de la realidad. Para Chilisa y Kawulich (2012), una vez definido el tema de investigación, se pensó en un enfoque cualitativo, que según Sandoval (2002), buscó ir más allá del método experimental como única alternativa para la construcción del conocimiento, pues se entendió la investigación como un proceso interactivo, atravesado por la propia historia personal, que “hace más énfasis en lo local, lo micro, lo regional”. Galeano (2007).

El alcance de esta investigación fue descriptivo, pues buscó indagar por las percepciones de 10 coordinadores de laboratorios de medios, frente a la experimentación, la participación y la innovación que en él pueden darse, y a la vez contrastar estas percepciones con miradas expertas y con los hallazgos de estudios relacionados.

Se trató de una investigación basada en diseño, considerada adecuada para contextos educativos (Herrington, McKenney, Reeves y Oliver, 2007) centrada en problemas complejos en contextos reales, para probar y refinar entornos de aprendizaje innovadores de forma reflexiva, participativa y recursiva, siguiendo a Brown (1992), Collins (1992) y Reeves, Herrington y Oliver (2002). La recolección de los datos se hizo a través de 10 entrevistas semiestructuradas a coordinadores de laboratorios de medios universitarios similares.

Resultados

Laboratorios universitarios de periodismo: características y articulación con los programas académicos

La acelerada evolución tecnológica y los emergentes desafíos en la formación periodística exigen, con mayor urgencia, espacios donde se pongan a prueba los saberes adquiridos, se exploren nuevas herramientas digitales y se emprendan proyectos que promuevan un periodismo innovador. En estos escenarios, el error se convierte en una valiosa oportunidad de aprendizaje. Los laboratorios, por su propia naturaleza experimental, son el lugar ideal para ello.

Los laboratorios de periodismo, entre los que se incluyen los inscritos en ámbitos académicos, no son un fenómeno reciente. De hecho, Salaverría (2015),

En estos escenarios, el error se convierte en una valiosa oportunidad de aprendizaje. Los laboratorios, por su propia naturaleza experimental, son el lugar ideal para ello.

Capoano (2016) y Herrera-Damas y Satizábal-Idárraga (2023) ubican el origen de estos espacios en el *Information Design Lab*, creado por el grupo norteamericano de prensa *Knight Ridder* en la década de 1990. Con el avance de las tecnologías de la información y la comunicación, particularmente la transición de la web inicial (década de 1990) a una web más social o web 2.0, se intensificó el interés por los laboratorios de medios. Un análisis realizado con la aplicación Ngram Viewer, que examina

la frecuencia de términos en la colección de documentos de Google Books, evidencia un primer pico en el uso del término *medialab* en 2004, seguido de un aumento sostenido desde 2010.

Si bien el gráfico de Ngram Viewer no puede considerarse evidencia estadística definitiva, sí muestra una clara tendencia al alza en el interés por los laboratorios de medios desde el año 2010. Esta tendencia se corrobora con los hallazgos de estudios recientes realizados por Bisso Nunes y Mills (2019), Zaragoza Fuster y García Avilés (2020), y Hogh-Janovsky y Meier (2021). Estos estudios coinciden en que los laboratorios de medios surgidos desde 2017 se caracterizan por un enfoque en las audiencias, la transferencia de conocimiento, el aprendizaje continuo y la transformación digital.

Estos intereses son independientes de los escenarios en los que se encuentren. “Ya sea en la industria o en el ámbito académico, la necesidad de una innovación (...), así como la preparación de periodistas nuevos o en activo para la cambiante profesión periodística, se consideraron los principales impulsores de los laboratorios” (Mills y Wagemans, 2021). En cualquier caso, para estos investigadores esos impulsos se dan en enfoques como habilidades profesionales, audiencias, tecnologías, estructuras organizativas, formas narrativas,

incluso en espacios donde se plantean permanentemente “los dilemas del periodismo (y su futuro)” (Canavilhas, Pellanda y Bisso, 2018).

Independientemente del entorno en que operen, estos laboratorios comparten intereses comunes. Según Mills y Wagemans (2021), la necesidad de innovación en el ámbito periodístico y la preparación de nuevos y actuales profesionales para afrontar los retos de una profesión en constante evolución son algunos de los principales impulsores de su creación. En este sentido, estos investigadores identifican diversos enfoques en los que se materializan estos impulsos. Por ejemplo: desarrollo de habilidades profesionales, la comprensión de las audiencias, la adopción de nuevas tecnologías, la reestructuración organizativa, la experimentación con formas narrativas y la reflexión sobre los dilemas del periodismo (Canavilhas, Pellanda y Bisso, 2018).

A partir de lo expuesto, se hace necesario profundizar en las características que debe poseer un laboratorio universitario de periodismo en la actualidad para que, como dicen Bisso y Mills (2021) y Hogh-Janovsky y Meier (2021), ayuden a las dependencias a las que pertenecen en la transformación digital y en la creación de futuros periodísticos, así como en los procesos de formación, investigación y extensión.

En el marco de la investigación, se consultó a 10 coordinadores de medios universitarios de Colombia. Si bien las percepciones sobre los laboratorios universitarios de periodismo varían, también se identifican algunos puntos de coincidencia. A continuación, se destacan algunos de ellos:

► Abierto

Un laboratorio universitario de periodismo debe ser abierto. La apertura facilita la colaboración, la creatividad y la comunicación entre los estudiantes. El entorno físico y espacial debe reflejar esa filosofía de apertura. Por ello, lo ideal es que el laboratorio esté ubicado en un lugar estratégico. J. Betancur (comunicación personal, 16 de agosto de 2023) cree que debería estar en el centro de la

Los estudiantes de periodismo odian que los profesores los pongan a reportar siempre los temas clásicos del periodismo y que todo se tenga que ver igual. Asegura que cuando se les muestra cosas distintas se comienzan a interesar.

dependencia a la que pertenece para que todos los procesos académicos se vinculen fácilmente con quienes están trabajando en la práctica con ‘fotografía, datos, inteligencia artificial...’. Para él, estos laboratorios deben ser fuertes y representativos dentro de los programas de periodismo. Cree que deben funcionar como vitrinas de lo que los estudiantes aprenden y producen.

La apertura, sin embargo, no se refiere solo a los espacios físicos. También a la filosofía de estar abierto a escuchar propuestas, a no imponer una visión, a promover la experimentación, a dejar

hacer. Algunos coordinadores dicen que, cuando hay apertura, los estudiantes proponen más, participan más, colaboran más. En últimas, hacen más periodismo y hacer más periodismo es el único camino para que un laboratorio de periodismo cumpla con su objetivo: “generar nuevos conocimientos” (Mills y Wagemans, 2021)

En un espacio abierto, los estudiantes sienten confianza para exponer sus propuestas. Al respecto, F. Caballero (Conversación personal, 29 de agosto de 2023) dice que en un laboratorio jamás se debe prohibir algún tipo de creatividad. N. Arenas (comunicación personal, 22 de agosto de 2023) agrega que si bien hay que enseñar rigor periodístico en cualquier tema (contexto, contraste), es necesario escuchar los intereses de los estudiantes y motivarlos a que experimenten con los temas que les interesan, así el profesor no los considere tan importantes. “Lo peor es obligar a hacer cosas específicas. Debe haber más diálogo y tenemos que ceder como profesores”. Agrega que los estudiantes de periodismo odian que los profesores los pongan a reportar siempre los temas clásicos del periodismo y que todo se tenga que ver igual. Asegura que cuando se les muestra cosas distintas se comienzan a interesar.

En un ambiente abierto y colaborativo, los estudiantes se sienten seguros de exponer sus ideas y propuestas. Como afirma F. Caballero (conversación personal, 29 de agosto de 2023), en un laboratorio de periodismo jamás se debe cohibir la creatividad. N. Arenas (comunicación personal, 22 de agosto de 2023) coincide en que, si bien la enseñanza del rigor periodístico es fundamental en cualquier tema (considerando el contexto y el contraste de información), también es esencial escuchar los intereses de los estudiantes y motivarlos a explorar temas que les apasionan, incluso si el profesor no los considera prioritarios. “Lo peor es obligarlos a realizar tareas específicas”, señala Arenas. “Debe haber más diálogo y, como profesores, debemos ser flexibles”. Añade que los estudiantes de periodismo odian que los profesores los pongan a reportar siempre los temas clásicos del periodismo y que todo se tenga que ver igual. Asegura que se comienzan a interesar cuando se les muestra cosas distintas.

La apertura también implica comprender y estar receptivo a los códigos culturales de los jóvenes, con el fin de conocer sus intereses, expresiones y formas de comunicación (L. Ballesteros, comunicación personal, 16 de agosto de 2023). Sin embargo, estos códigos juveniles, como lo sugiere F. Caballero (2023), pueden generar discrepancias con aquellos que consideran que ciertas expresiones no son adecuadas para el periodismo. No obstante, como bien señala Caballero, no se debe temer a la generación de debates o confrontaciones, ya que se trata de jóvenes que buscan explorar las posibilidades de un periodismo “incisivo”, “apasionado” y “transgresor”. Es importante destacar, sin embargo, que estas nuevas formas de expresión deben estar ancladas a los principios fundamentales del periodismo, lo que Kovach y Rosenstiel (2012)

denominan los elementos del periodismo: verdad, verificación, independencia, entre otros. (p. 19).

Algunas de las barreras para la apertura, se lee de lo dicho por L. Sanabria (comunicación personal, 15 de septiembre de 2023), es que en estos laboratorios “hay muchísimo adultocentrismo”. Es decir, laboratorios hechos a la medida de los docentes, sobre lo que ellos consideran útil o lo que creen se debe contar, investigar. “Y nosotros hemos encontrado en los mismos estudiantes las agendas informativas... yo creo que hay que reivindicar ese rol del periodismo universitario, que ellos reclamen esas agendas que quieren contarnos”.

F. Caballero (2023) ilustra la importancia de un ambiente de aprendizaje positivo al recordar las palabras de un escritor y profesor de literatura: “Mis estudiantes siempre terminan aportando más de lo que yo creo porque centro el proceso de aprendizaje en ellos: los escucho, los respeto y les doy tiempo”. En consonancia con esto, Caballero afirma que cuando los estudiantes se sienten seguros, sin presiones y relajados, “empiezan a fluir ideas geniales” porque “estos chicos son super creativos”.

La apertura también implica estar receptivo a la incorporación de diversos perfiles profesionales. Esto significa trabajar con otros profesionales que puedan contribuir al desarrollo de proyectos periodísticos complejos y ampliar la perspectiva del equipo de trabajo. Estadísticos, diseñadores, artistas, desarrolladores y otros profesionales de diversos campos pueden contribuir significativamente al desarrollo de contenidos innovadores y atractivos. Como bien señala N. Arenas (2023), “la interdisciplinariedad es clave. Es la manera como realmente uno produce contenidos chéveres, valiosos, que llamen la atención”. En consonancia con esto, L. Ballesteros (2023) enfatiza la importancia de buscar “gente con otra perspectiva de la vida, gente que pueda dar entradas a otros temas” de interés para los estudiantes, gente que amplíe el horizonte de posibilidades y fomente la creación de contenidos periodísticos relevantes y de alto impacto.

► Acogedor

Si bien el término “acogedor” no fue utilizado explícitamente, sí se identificaron expresiones que sugieren la importancia de crear un ambiente accesible, transparente, agradable, abierto e incluso “sabroso y jocoso” (F. Caballero, 2023), donde se fomente el intercambio de ideas, la colaboración, el apoyo mutuo y el acompañamiento en el proceso de aprendizaje. Como señala J. Meneses (2023), el rol de los laboratorios no se limita a la enseñanza tradicional, sino que implica “acompañar a aprender”. Es decir, guiar a los estudiantes en su camino hacia el conocimiento.

Este acompañamiento, sin embargo, no debe ser impositivo ni basarse en una única visión. Como afirma Powell (en García-Vásquez, 2021), “cuando una

perspectiva domina en la creación de algo que se supone que es para todos, las diversas necesidades, habilidades, deseos y experiencias no se están tomando realmente en cuenta”.

El acompañamiento en los laboratorios de periodismo adquiere una nueva dimensión: un "acompañamiento digital", que debe ser aún más complejo, flexible y adaptado a las necesidades y dinámicas del entorno digital.

No obstante, en un escenario mediado por la tecnología, en donde el periodismo incorpora características de la comunicación en la red, se acopla a la transformación constante de canales, plataformas y dispositivos, y cada vez más trabaja en alianza con otras áreas del conocimiento -diseño, estadística, artes, ingeniería, etc.-, el acompañamiento se vuelve más complejo. O, para el caso, un acompañamiento digital.

En el contexto actual, marcado por la tecnología y la transformación constante de los canales, plataformas y dispositivos de comunicación, el periodismo se ha visto obligado a adaptarse e incorporar características de la comunicación en línea. Además, la colaboración con otras áreas del conocimiento, como el diseño, la estadística, las artes y la ingeniería, se ha vuelto cada vez más relevante. En este escenario, el acompañamiento en los laboratorios de periodismo adquiere una nueva dimensión: un “acompañamiento digital”, que debe ser aún más complejo, flexible y adaptado a las necesidades y dinámicas del entorno digital.

► Digital

Una característica definitoria de los laboratorios de periodismo es su adopción de la tecnología. Términos como formatos, convergencia, narrativa digital (storytelling), datos, redes sociales, visualización, funcionalidad e inteligencia artificial aparecen frecuentemente en las respuestas de los entrevistados.

Estos hallazgos subrayan la necesidad crítica del desarrollo de la alfabetización digital entre todos los involucrados en el proceso de enseñanza y aprendizaje. Adoptar la frase “acompañar a que se haga”, como sugiere Ómar Rincón, cofundador de *Cero 70* (Arenas, 2023), requiere que los profesores reconozcan el valor de la tecnología. Sin embargo, F. Caballero (2023) lamenta que “el cuerpo docente de periodistas en Colombia está muy desactualizado”, lo que define el tipo de “prácticas (...) o productos que se buscan en el aula”. Aboga por abordar este problema a través de la formación de los docentes. Reconoce que dentro del cuerpo docente “hay mucho ego y muy poca flexibilidad para las nuevas formas de aprendizaje”.

En un laboratorio universitario de periodismo, la tecnología juega un papel fundamental. Ayuda a enfrentar los desafíos siempre cambiantes de la transformación tecnológica, contribuye a la transformación digital, incluso, facilita

la creación de futuros periodísticos (Bisso y Mills, 2021; Hogh-Janovsky y Meier, 2021).

Si se une la percepción de utilidad de la tecnología con el carácter acogedor de un laboratorio, este puede estar en capacidad, como lo dice Tejedor (2006), de despertar en los estudiantes una curiosidad permanente por la tecnología. “Un periodista digital si no tiene curiosidad por descubrir (por experimentar) qué se puede hacer con la tecnología, no funcionará” (p. 318).

► Experimental

Experimentar, en palabras de Villa, Marulanda y Molina (2020), es un “ejercicio de prueba y error”, en el que “el proceso es tan relevante como el resultado” (Haro Barba, 2019), y en el que, dice Posetti (2018), se requiere “una estrategia decidida y una práctica reflexiva” para que “conduzca a una innovación sostenible o un progreso real” (p. 8). Esta definición coincide en gran medida con la de los entrevistados. Para la mayoría, experimentar en periodismo significa explorar, probar, crear; incluso, fallar.

L. Sanabria (2023) dice que “a veces no se entiende que en un laboratorio (...) hay cosas que van a salir muy bien, pero que también hay otras que pueden ser salidas en falso. En general, Sanabria se refiere a que en los laboratorios de medios, de acuerdo con Villa, Marulanda y Molina (2020), suceden al menos dos fases: una en la que se generen ideas y se involucren métodos experimentales y colaborativos (en donde se ensaya); y otra en la que se desarrollan prototipos y pilotos, que a veces funcionan y otras, no.

Los laboratorios como parte del proceso de formación

La filosofía del laboratorio (abierto, acogedor, digital, experimental), sus procesos, métodos, tecnologías, aprendizajes se deben reflejar en toda las áreas de la unidad académica a la que pertenece, especialmente en la formación, pero también en la investigación, incluso en la extensión. Por ello, es necesario pensar en estrategias que permitan materializar el espíritu del laboratorio en diferentes instancias del programa o entidad al que pertenece. Entre las respuestas de los estudiantes y profesores se destacaron dos sugerencias para que el laboratorio sea más protagonista en el proceso formativo: estar presente a lo largo de toda la carrera y fortalecer la relación con los cursos de producción periodística.

El laboratorio en los cursos, y pronto

Si el laboratorio aparece más temprano en la carrera y es parte natural de algunos cursos, se pueden potenciar sus habilidades y destrezas profesionales, como se infiere de las respuestas de varios coordinadores. “Quienes participan en estos proyectos son los que mejor y más rápido se están ubicando en el

campo laboral, porque ya desarrollaron habilidades, liderazgo, creatividad, trabajo bajo presión” (M. Guerrero, comunicación personal, 24 de agosto de 2023).

Para F.Caballero (2023), la tarea de unir al laboratorio con el área de formación no es siempre fácil. Explica que asumir esa vocería es muy complejo porque implica, a veces, decirle a un colega que ya no se debe enseñar radio como se hacía antes, que es necesario cambiar porque el mundo cambió.

Fortalecer la conexión entre el laboratorio y los cursos de producción

La relación entre el laboratorio y el ciclo de formación profesional del programa debe ser más sólida. Los profesores deben ser los primeros responsables en establecer un vínculo con el laboratorio, mediante la divulgación y la extensión de procesos, rutas, estrategias y aprendizajes que surgen en el laboratorio.

El reto está en enamorar o seducir a los estudiantes, persuadirlos de que lo que se hace allí es importante para su vida académica y profesional. “Si el chico no se siente identificado, o no se siente seducido pues simplemente no participa” (L. Ballesteros, comunicación personal, 16 de agosto de 2023).

El laboratorio como eje de investigación

Para Z. Velasco (comunicación personal, 22 de agosto de 2023) en el laboratorio debe existir un grupo de estudio, que, a su vez, se integre con los semilleros y/o grupos de investigación en periodismo y participe activamente en “encuentros de semilleros con ponencias relacionadas con la práctica periodística”. F. Caballero (2023), por su parte, sugiere establecer vínculos con grupos de investigación, y, por qué no, hacer “periodismo anfibio”, que es la integración de la academia con las herramientas del periodismo narrativo e interpretativo. En ese mismo sentido, para J. Betancur (2023), la cantidad y variedad de actividades que hace en un laboratorio de periodismo puede ser un semillero de múltiples ideas para estudiantes de pregrado, maestría, doctorado.

El laboratorio y la extensión

Los coordinadores de medios coinciden en que los laboratorios de periodismo deberían tener una relación estrecha con el entorno. No dan recomendaciones únicas sobre qué más deberían ofrecer en el área de extensión, más allá de la divulgación natural de historias que hace de manera periódica cualquier medio. Sin embargo, ese vínculo con el entorno puede ser más amplio si se tiene en cuenta que los laboratorios de periodismo tienen la posibilidad de transferir conocimientos. Por ejemplo, mediante el acompañamiento de proyectos, la puesta en común de nuevas ideas, la formación avanzada y de diferentes estrategias de comunicación (Hogh-Janovsky y Meier, 2021, y Herrera-Damas y Satizábal-Idárraga, 2023).

Para Sanabria (2023), un laboratorio que le apueste a la innovación se vincula con proyectos que le aporten a la realidad. Por ejemplo, proyectos anclados en ámbitos locales como barrios, veredas... Al respecto, Mills y Wagemans (2021) dicen que, precisamente, los laboratorios académicos, donde ha surgido la innovación pedagógica, ponen a los estudiantes a que contribuyan de manera proactiva en una gama amplia de actividades periodísticas, por ejemplo, “colaborando con otras habilidades y comprometiéndose con problemas y socios del mundo real” (p. 1478).

Un laboratorio universitario de periodismo que le apueste a la apertura, al acompañamiento y la experimentación -y por lo tanto a la innovación-, como formas naturales de enseñanza y aprendizaje sí podría, potencialmente, estar en la capacidad de participar activamente en diferentes procesos de extensión.

Algunos consejos para el futuro

- ▶ Hacer convocatorias para cubrimientos colaborativos. Debe haber apertura a todas las ideas y un ambiente realista, similar a los laboratorios periodísticos o salas de redacción donde son fundamentales el compromiso y el rigor periodísticos.
- ▶ Realizar concursos de investigación y redacción periodística.
- ▶ Propiciar conversaciones honestas sobre las publicaciones y los procesos de creación. La autocrítica y la autoevaluación constante son los motores del crecimiento y mejora.
- ▶ Trabajar en proyectos en conjunto con otros medios y laboratorios, con organizaciones de los barrios y/o de otros estudiantes, etc. La colaboración es fundamental para ampliar el alcance y mejorar el aprendizaje de los estudiantes.
- ▶ Abrir otros espacios de formación. “Por ejemplo, ciclos de cine, concursos de fotografía, monitorías, asesorías y acompañamiento. En estos espacios, los estudiantes que hacen parte del laboratorio asumen “una función pastoral para aquellos que pasan por el laboratorio” (Mills y Wagemans, 2021, p. 1478); y los profesores -ojalá con diversas especialidades- acompañan a los estudiantes en cualquier momento del ciclo periodístico. Su función es dejar hacer mientras motivan y ofrecen acompañamiento en lo que les apasiona a los estudiantes.

Discusión y conclusiones

Teniendo en cuenta que los laboratorios de periodismo son espacios donde se experimenta con el propósito de innovar en diferentes áreas (Mills y Wagemans 2021, Bisso y Mills 2021) es difícil dar una definición única para estas iniciativas, pero es clara la necesidad de adecuar este espacio de formación.

Si los laboratorios de medios tienen entre sus funciones la de ayudar a enfrentar los desafíos constantes de la transformación tecnológica y contribuir a la transformación digital (Bisso y Mills, 2021, Hogh-Janovsky y Meier, 2021) es necesario dejar de ser tan tradicionales y abrirse a nuevos formatos y posibilidades para el periodismo.

Así, dando cabida a las nuevas lógicas que propone el ciberespacio, se hace necesario fomentar la colaboración y la cocreación a través de ejercicios colectivos, en un ambiente informal, de disfrute y camaradería. La búsqueda de nuevas formas de atraer a los estudiantes para que participen, así como las dinámicas internas de colaboración durante las conversaciones y el flujo de la interacción y las mediaciones, son asuntos que deben seguirse pensando, para conseguir el impacto formativo que se busca con estas iniciativas.

Si consideramos que un laboratorio de medios, debe, de acuerdo con Villa, Marulanda y Molina (2020), tener en cuenta, al menos, dos fases: una en la que se generen ideas y se involucren métodos experimentales y colaborativos; y otra en la que se desarrollen prototipos y pilotos donde estas ideas se llevan a la práctica, afinar estos procesos y estandarizarlos, ayudará a conseguir lo que proponen los autores: “lograr el ejercicio de prueba y error”, lo que es en esencia el objetivo principal de formación.

Así, dando cabida a las nuevas lógicas que propone el ciberespacio, se hace necesario fomentar la colaboración y la cocreación a través de ejercicios colectivos, en un ambiente informal, de disfrute y camaradería.

Para González-Alba (2017) el perfil de competencias profesionales de los laboratorios de medios está relacionado con la captación y retención de talentos, afirmación que es confirmada por algunos de los testimonios de los y las coordinadoras de laboratorios asociados a universidades, entrevistados para este estudio. Esa “gestión de talentos” es un primer paso para la experimentación que lleva a la innovación periodística, por la flexibilidad en las prácticas propuestas por los y las estudiantes.

Así, con acuerdos intergeneracionales entre los códigos culturales de nuevas narrativas y el deber ser periodístico, se pueden construir puentes para que el proceso de producción y publicación se conciba y perciba más como acompañamiento que como una obligación o una imposición. Características importantes para mejorar el proceso de acompañamiento y publicación tienen que ver también con la colaboración, el acceso al conocimiento y los flujos de trabajo (González, Caro, Rojas y Pérez, 2023) los cuales no funcionan, sin la motivación que puede generarse a través de acompañamiento y edición.

Posetti (2018) afirma que, sin una estrategia decidida y una práctica reflexiva, “es poco probable que la experimentación -casi siempre ad-hoc, frenética y, a menudo, a corto plazo- conduzca a una innovación sostenible o un progreso

real (p. 8). Diferentes autores creen que los participantes deberían ser el centro de la innovación, bien sea porque se planea y diseña para conocerlos mejor, para identificar sus necesidades, para atraerlos, para involucrarlos en el proceso editorial, para ampliar su participación, para mejorar su experiencia (Harvis, 2015, McKenzie, 2018, en García Avilés, 2018, Posetti, 2018, Hernanz, 2021, en Herrera-Damas y Satizábal-Idárraga, 2023).

Volviendo a la articulación del laboratorio *De la Urbe* con los cursos, es importante abordar el concepto de transferencia de conocimiento que se puede hacer de diferentes maneras: por ejemplo, mediante el acompañamiento de proyectos, la puesta en común de nuevas ideas, la formación avanzada y de diferentes estrategias de comunicación (Hogh-Janovsky y Meier, 2021, y Herrera-Damas y Satizábal-Idárraga, 2023).

Jarvis (2015) cree que uno de los propósitos del periodismo es ayudar a las comunidades a organizar mejor su conocimiento y organizarse mejor a sí mismas, lo que implica para él servirles con mayor relevancia (págs, 20 y 33). Así las cosas, tal vez el proceso de articulación del laboratorio a los cursos, requiera de una estrategia de comunicación con estudiantes y profesores, para presentar sus potencialidades y conectar su quehacer a la cotidianidad del pregrado.

Otro desafío está en lograr que la innovación no se quede en un golpe de impacto, o lo que Posetti (2018) denomina como “Síndrome de las cosas brillantes”, sino que sea sostenible. Es decir, que la comprensión de innovación no se reduzca solo a la prueba y uso de una herramienta de última generación, sino que se convierta en una actitud, una mentalidad, en una cultura. En últimas, en innovación sostenible. Esto significa que es necesario involucrar el concepto de innovación. Siguiendo a autores como Jenkins, que habla de la Cultura participativa (2006) o Levy (1997) con la Inteligencia colectiva “La clave es lo que está haciendo con otros, lo hace en perspectiva comunitaria, colaborativa”, (Barbero, 2012, págs 34 y 35).

La innovación sostenible, coinciden varios autores, es la clave para la supervivencia de los medios de comunicación en un ecosistema tan disruptivo como el digital (Pavlik, 2013, en Posetti, 2018, Hogh-Janovsky y Meier, 2021).

Recomendaciones

Futuras investigaciones deberían profundizar en el concepto de innovación en periodismo, y utilizar metodologías, para, por ejemplo, conocer mejor a la comunidad académica y, tal vez, pensar en estrategias concretas que permitan aumentar su participación. También conocer mejor a las audiencias para identificar sus necesidades, para atraerlas, para involucrarse en el proceso editorial, para ampliar su participación, para mejorar su experiencia (Harvis, 2015, McKenzie, 2018, en García Avilés, 2018, Posetti, 2018, Hernanz, 2021, en Herrera-Damas y Satizábal-Idárraga, 2023).

Futuros estudios podrían indagar más sobre la sostenibilidad de este tipo de espacios en instituciones públicas, como la Universidad de Antioquia.

Es necesario avanzar en relación con la integración del laboratorio al plan de estudios y a las revisiones curriculares de los procesos de autoevaluación del programa, pues es fundamental que los laboratorios universitarios de periodismo y las entidades a las que pertenecen, hagan ejercicios constantes de reflexión como este. Es necesario porque, como ya se dijo, una misión de estos laboratorios es abrir y sugerir caminos para la enseñanza y el aprendizaje del periodismo, como la vertiginosa transformación tecnológica y su impacto en la formación académica lo exigen. 🌐

Referencias bibliográficas

- Arce, E. y Cerón, E. (2022) Propuesta de Comunicación Estratégica para el laboratorio Unimedios de la Facultad de Comunicación y Publicidad de la Universidad Santiago de Cali. Trabajo de grado de Maestría.
- Barbero, J. (2012). "Yo no fui a buscar efectos, sino los reconocimientos". En: J. Bonilla, M. Cataño, O. Rincón y J. Zuluaga, De las audiencias contemplativas a los productores conectados (pp. 31-39). Sello Editorial Javeriano.
- Bisso, A. y Mills, J. (2021). Journalism Innovation: How Media Labs Are Shaping the Future of Media and Journalism. scielo.br/j/bjr/a/q6KK3PGMFZ6VPXBWT54XNrs/#
- Boyles, J.L. (2017). Laboratories for news? Experimenting with journalism hackathons. *Journalism*, 21 (9), 1-17. <https://doi.org/10.1177/1464884917737213>
- Canavilhas, J., Pellanda, E. y Bisso, A. (2018). Laboratórios de inovação: o papel dos media labs nas redações ubíquas. researchgate.net/publication/328547408_Laboratorios_de_inovacao_o_papel_dos_media_labs_nas_redacoes_ubiquas
- Capoano, E. (2016). From laboratories to Media Labs: Proposal for actualization in journalism learning. researchgate.net/publication/305489834_From_laboratories_to_Media_Labs_Proposal_for_actualization_in_journalism_learning
- Castañeda, L. y Adell, J. (Eds.) (2013) Entornos personales de aprendizaje : claves para el ecosistema educativo en red. Alcoy: Marfil.
- Educación XX1: Revista de la Facultad de Educación, ISSN 1139-613X, ISSN-e 2174-5374, Vol. 17, N° 2, 2014, pág. 388
- Correa, C. (2013). El laboratorio de periodismo. La práctica universitaria de la idea fundacional de Pulitzer. redalyc.org/pdf/774/77428608003.pdf
- Dabbagh, N. y Kitsantas, A.. (2012). Personal Learning Environments, social media, and self-regulated learning: A natural formula for connecting formal and informal learning. *Internet and Higher Education - INTERNET HIGH EDUC.* 15. 10.1016/j.iheduc.2011.06.002.
- García-Avilés, J. (2023). Media labs de segunda generación: aceleradores de innovación periodística. mip.umh.es/blog/2023/01/24/media-labs-de-segunda-generacion-aceleradores-de-innovacion-perioditica/
- García-Avilés, J. (2018). Resultados de la innovación en los laboratorios de medios el caso de El confidencial.LAB. dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6367900
- García Avilés, J. (2021). Artículo de revisión: La investigación sobre innovación en periodismo, un campo diverso y pujante (2000-2020). profesionaldelainformacion.com/contenidos/2021/ene/garcia_es.pdf
- García-Vásquez, M. (2021). Designing for Pluralism. <https://newpublic.substack.com/p/designing-for-pluralism>
- González-Alba, J.A. (2017). Los labs de medios en España: la innovación desde el área de la organización periodística. *Cuadernos de periodistas*, 33, 49-63. t.ly/5ocQG
- González Alba, J. A.; Caro González, F. J.; Rojas Torrijos, J. L. y Pérez Curiel, C. (2023). Innovación en el periodismo desde perfiles no periodísticos. Estudio comparado de cinco media labs iberoamericanos. *Doxa Comunicación*, 37, pp. 431-452
- Haro, C. (2019). El Aula-Medialab: un espacio universitario de experimentación y transformación social. academia.edu/45246729/El_Aula_Medialab_un_espacio_universitario_de_experimentaci%C3%B3n_y_transformaci%C3%B3n_social
- Hassan, R. (2003). The MIT Media Lab: techno dream factory or alienation as a new way of life? citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=c950fe85871790091b451aafcccd50db07112b97
- Henríquez, P., & Valecillos, C. A. (2008). EL PERIÓDICO DIGITAL-LABORATORIO, UN ESTUDIO DESCRIPTIVO SOBRE SU PERTINENCIA EN LA FORMACIÓN DE PERIODISTAS. Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones", 1(1).
- Herrera-Damas, S. y Satizábal-Idárraga, C. (2023). Media labs: journalistic innovation, evolution and future according to experts. revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/87172

- Hogh-Janovsky, I. y Meier, K. (2021). Journalism Innovation Labs 2.0 in Media Organisations: A Motor for Transformation and Constant Learning. [mdpi.com/2673-5172/2/3/22](https://doi.org/10.5281/zenodo.442319)
- Jarvis, J. (2015). El fin de los medios de comunicación de masas. ¿Cómo serán las noticias del futuro? (1a. ed.): Planeta
- Jenkins, H. (2006). *Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture* (en inglés). NYU Press. ISBN 978-0-8147-4310-2.
- Jensen, J.R. (2005) Introductory Digital Image Processing: A Remote Sensing Perspective. 3rd Edition, Prentice Hall, Upper Saddle River, 505-512.
- Levy, P. (2004) Inteligencia Colectiva: por una antropología del ciberespacio. Organización Panamericana de la Salud.
- Kovach, B., Rosenstiel, T. (2012). Los elementos del periodismo. Ediciones El País: España.
- Mills, J. y Wagemans, A. (2021). Laboratorios de medios: Construyendo laboratorios de periodismo, innovando el futuro: Cómo el periodismo está catalizando sus futuros procesos, productos y personas. journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1354856521994453
- New Public (2020). Building better digital public spaces. newpublic.org/signals
- Newman, N. (2023). Digital News Report 2023. reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023
- Posetti, (2018). Time to step away from the 'bright, shiny things'? Towards a sustainable model of journalism innovation in an era of perpetual change. reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2018-11/Posetti_Towards_a_Sustainable_model_of_Journalism_FINAL.pdf
- Rincón (2022). 'Es el periodismo'! El otro lado. <https://www.eltiempo.com/cultura/cine-y-tv/es-el-periodismo-columna-de-omar-rincon-651415>
- Rost, A. (2012). Periodismo e interactividad: preguntas, definiciones y desafíos en la participación de los usuarios. En Elvira García de Torres, Cartografía del periodismo participativo, un estudio de las herramientas de participación en la prensa digital (pp. 13-31. Tirant Humanidades.
- Ortiz-León, C. (Ed.) (2020) Convergencia de la Comunicación. Zenodo. <https://doi.org/10.5281/zenodo.442319>
- Pavlik, J. V. 2013. 'Innovation and the Future of Journalism', Digital Journalism 1, 181-193.
- Posetti, (2018). Time to step away from the 'bright, shiny things'? Towards a sustainable model of journalism innovation in an era of perpetual change. reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2018-11/Posetti_Towards_a_Sustainable_model_of_Journalism_FINAL.pdf
- Rincón, O. (2012). La vida más allá de las audiencias. Rompiendo las pantallas, buscando la celebridad. En: J. Bonilla, M. Cataño, O. Rincón y J. Zuluaga, De las audiencias contemplativas a los productores conectados (pp. 81-110). Sello Editorial Javeriano.
- Tejedor, S. (2006). La enseñanza del ciberperiodismo en las licenciaturas de periodismo en España. tdx.cat/bitstream/handle/10803/4188/stc1de1.pdf?sequence=1
- Villa, M., Marulanda, A., y Molina, T. (2020). La experimentación educativa, social y técnica en los medialabs universitarios. redined.educacion.gob.es/xmlui/bitstream/handle/11162/196738/Villa.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rincón, Ó. (2022). 'Es el periodismo'! <https://www.eltiempo.com/cultura/cine-y-tv/es-el-periodismo-columna-de-omar-rincon-651415>
- Rincón, Ó. (2013). El periodista DJ es el medio. En L. Luchesi. Calidad informativa escenarios de post-crisis. La Crujía, pp. 9-31.
- Scolari, C. (2013) Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan Barcelona. ISBN 978-84-234-1336-2.
- Scolari, C (2018) Alfabetismo transmedia en la nueva ecología de los medios. Universidad Pompeu Fabra. Barcelona.
- Universidad de Antioquia (1997). Acuerdo Superior 124 de septiembre de 1997 (actualizado al 7 de diciembre de 2018) <https://issuu.com/eib-udea/docs/estatuto-basico-extension-udea>
- Mills, J., y Wagemans, A. (2021). Laboratorios de medios: Construyendo laboratorios de periodismo, innovando el futuro: Cómo el periodismo está catalizando sus futuros procesos, productos y personas. <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1354856521994453>
- Pérez, J., López, M., & García, S. (2023). Cuestionario sobre la inteligencia artificial en la atención médica. [Google Forms]. (No publicado).
- Pregrado en Periodismo (2018). Documento Maestro.
- Pregrado en Periodismo (2008). Sistematización de Experiencia 2008
- Pregrado en Periodismo (2017). Nuevo Modelo De la Urbe (documento de trabajo)
- Documento Maestro del Doctorado en Comunicación y Narrativas, (2022).
- Salaverría, R. (2004). Diseñando el lenguaje para el ciberperiodismo. Recuperado de: <http://www.oocities.org/es/edgarcajun/lenguaje.pdf>
- Salaverría, R. (2015). Los labs como fórmula de innovación en los medios. revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2015.jul.06
- Salaverría, R. (2016). Los medios de comunicación que vienen. En Ch. Sádaba, J.A. García y M. Martínez, Innovación y desarrollo de los cibermedios en España. Pamplona: Eunsa.
- Orozco, G. (2010, June). Audiencias ¿siempre audiencias? En Hacia una cultura participativa en las sociedades de la comunicación. Texto de la Conferencia Inaugural del XXII Encuentro Nacional AMIC, México (pp. 1-30).
- Villa, M., Marulanda, A., y Molina, T. (2020). La experimentación educativa, social y técnica en los medios universitarios. redined.educacion.gob.es/xmlui/bitstream/handle/11162/196738/Villa.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Wenger, E. (2001) Comunidades de práctica. Cognición y desarrollo humano. Paidós. Barcelona
- Zaragoza Fuster M. T. & García Avilés, J. A. (2020). The role of innovation labs in advancing the relevance of Public Service Media: the cases of BBC News Labs and RTVE Lab. Communication & Society, 33(1), 45-61.