

# Social Medialab. Tecnología e ideología en los proyectos de intervención sociocomunitaria en el ámbito universitario \*

## Social Medialab: Technology and ideology in socio-community intervention projects at the university level

---

JOSE MIGUEL GUTIERREZ PEQUEÑO  
Departamento de Sociología y Trabajo Social  
Facultad de Educación de Palencia  
Avda de Madrid, 50, 34004 Palencia  
Universidad de Valladolid  
[josemiguel.gutierrez@uva.es](mailto:josemiguel.gutierrez@uva.es)  
ORCID: 000-0002-1528-2157

EDUARDO FERNANDEZ RODRIGUEZ  
Departamento de Pedagogía  
Facultad de Educación de Palencia  
Avda de Madrid, 50, 34004 Palencia  
Universidad de Valladolid  
[eduardo.fernandez@uva.es](mailto:eduardo.fernandez@uva.es)  
ORCID: 0000-0001-8611-2510

Este artículo está sujeto a una: Licencia "Creative Commons Reconocimiento No Comercial" (CC-BY -NC)

RECIBIDO: 12/04/2021  
ACEPTADO: 25/06/2021

DOI: <https://doi.org/10.24197/st.2.2021.269-286>

**Resumen:** La emergencia de los laboratorios de medios sociales, como espacios para la experimentación y la producción colaborativa, abre la discusión sobre la manera en que nos aproximamos a la complejidad social, sobre todo al abordar la tecnología y su relación con la ideología. En este texto buscamos debatir acerca de sus posibilidades como práctica

**Abstract:** The emergence of social media laboratories, as spaces for experimentation and collaborative production, opens the discussion about the way in which we approach social complexity, especially when dealing with technology and its relationship with ideology. In this text we seek to discuss its possibilities as a practice to rethink the university as an institution

---

\* Este trabajo se ha realizado en el marco del Proyecto de Innovación Docente "Desarrollo de competencias mediáticas digitales e informacionales, en el alumnado de TIC's y Medios de Comunicación Social del Grado de Educación Social", financiado por la Universidad de Valladolid, convocatoria 2020-21.

para repensar la universidad como institución vinculada a la intervención sociocomunitaria. Consideramos necesario un diálogo más profundo con iniciativas relativas a la participación ciudadana, más cercanas a los movimientos sociales que a la cultura académica. Reflexionamos sobre las posibilidades de incorporar la cultura del laboratorio de medios como una oportunidad para la transformación social e institucional.

**Palabras clave:** Laboratorio de medios; tecnología; ideología; educación social; intervención sociocomunitaria.

linked to socio-community intervention. We consider a deeper dialogue necessary with initiatives related to citizen participation, closer to social movements than to academic culture. We reflect on the possibilities of incorporating the culture of the media laboratory as an opportunity for social and institutional transformation.

**Keywords:** Media lab; technology; ideology; social education; community intervention.

## 1. INTRODUCCIÓN

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

Para entender qué son los medialabs debemos entender la historia de los mismos y, si bien hoy en día, forman parte de un circuito alternativo, paradójicamente, si buscamos el primer antecedente de medialab lo encontramos inscripto en la academia. El medialab del Massachusetts Institute of Technology fue creado por Jerome Wiesner en el año 1985 con la idea de generar un espacio de producción e investigación alternativo al propuesto por los laboratorios académicos tradicionales orientado al estudio de los nuevos medios, en los albores de su desarrollo en esa década. Es de esta relación con el estudio de los nuevos medios que surge el término en sí mismo -medialab- como la conjunción inglesa de laboratorio medial, o laboratorio de medios. Con el correr de los años, este término se convirtió genérico y se lo comenzó a utilizar para definir espacios donde no solo se estudiaran nuevos medios y que no necesariamente estén afiliados a una universidad.

Los medialabs están contruidos principalmente sobre esta última concepción de producción de conocimiento, donde a través de una práctica que parte de la experimentación, se obtiene como resultado un nuevo conocimiento con el objetivo de luego, socializarlo rápidamente.

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

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

Los laboratorios de medios sociales (Pascale, 2018) pueden caracterizarse como uno de esos nuevos dispositivos institucionales que surgen para medir la temperatura social, y convertir las protestas en propuestas. En ese sentido, son un mecanismo de doble potencialidad: por un lado, permite identificar nuevas temáticas a las que las instituciones por sí solas no llegarían y, por el otro, facilita una forma alternativa de trabajar tanto estas problemáticas como las que ya se encuentran en la agenda política. Esto hace de los laboratorios un instrumento interesante para aportar soluciones a la intervención sociocomunitaria desde la propia ciudadanía.

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

Los medialabs o centros experimentales de cultura digital promueven la cocreación, generan pensamiento colaborativo y vinculan a las múltiples inteligencias con sus experiencias, sentires, estéticas y conocimientos, en una dinámica lúdica e innovadora en la generación de procesos y productos, desde una investigación contextual y aterrizada en la problemática cotidiana para entregar soluciones prácticas, rápidas y de bajo coste con uso de tecnología social y digital (Gutiérrez et al, 2017). Estos laboratorios sociales serían las nuevas aulas sin muros (Carpenter y McLuhan, 1974), donde la libertad y la creatividad son los ejes de la innovación, basados en la prueba y el ensayo, donde el error es lo que se busca para conocer mejor la realidad y donde el pasado construye el futuro en el presente.

En nuestro actual contexto, son frecuentes los cuestionamientos con respecto a la labor de las universidades, el sentido de la producción académica y su vinculación con los complejos problemas que aquejan a la sociedad. De acuerdo con Heleta (2016) los académicos no se encuentran perfilando los debates públicos. Menciona que anualmente se publica un millón y medio de artículos en revistas académicas, que son en su mayoría ignorados por la comunidad científica.

El papel de las universidades con grados centrados en temas vinculados con innovación social puede ser un factor fundamental en el desarrollo social. Tal y como afirman Ruiz y Alcalá (2016) es clave “la transformación de centros tradicionales que implementaron culturas tradicionales en espacios de diálogo, en ecosistemas creativos. Simultáneamente dedicados a la reflexión y al debate, a la investigación y a la producción, a la formación y a la socialización”.

En una entrevista realizada a Saskia Sassen (Torres, 2016) la socióloga destaca que el mundo académico no está respondiendo a las particularidades del momento. Los académicos, menciona Sassen, se “instalan” en zonas de confort: su carrera académica, sus publicaciones, el uso de categorías dominantes, y no arriesgan, ni en la comprensión profunda y problematización de los conceptos para abordar fenómenos contemporáneos, ni en abrir nuevas fronteras de investigación.

Mientras el mundo se mueve de manera vertiginosa, las universidades han transformado poco las lógicas de operación y la estructura organizacional heredadas del medievo. Sin embargo, en algunas instituciones se está replanteando la refundación del modelo de universidad que necesitamos para la realidad contemporánea. Las apuestas más disruptivas proponen universidades sin infraestructura, universidades sin currículum o universidades en las que la

cooperación para la solución de problemas sea el eje que guía el aprendizaje. A pesar de ello, siguen siendo escasas las propuestas que desde la estructura académica, la administración o las formas de validación, rompan con los modelos dominantes de producción de conocimiento.

Schnapp (2016) en una charla titulada “Innovación universitaria: evolución y futuro”, argumenta sobre la necesidad de que en la universidad se recupere el valor del “no saber, la invención, la experimentación”. Sostiene que la experimentación debe defenderse como valor fundamental: arriesgarse, aventurarse en donde uno no es un experto o un especialista. En segundo lugar, la colaboración. No hay nadie que tenga la experiencia necesaria para responder preguntas importantes. La complejidad no se puede abordar de manera individual ni fragmentada ni simple. Por ello habla de articular los saberes en mosaico: comunicarse con otros, intercambiar con otros, traducir, colaborar. Plantear de manera transversal la relación entre disciplinas, modelar, nuevas formas de saber, nuevas maneras de formación. Alcanzar la traducción entre mundos diversos no desde la teoría, sino desde la práctica, desde el hacer y desde el encuentro de experiencias.

Para Schnapp (2016) la noción de laboratorio tiene muchas ventajas porque nos ayuda a capturar esta realidad dinámica, que está modificando todos los saberes, no sólo el sector humanístico. Por ello sostiene que incluso prefiere hablar de las universidades como laboratorios de diseño de conocimiento: lugares de producción en los que se articula lo experimental con lo conceptual.

Ese llamado a derribar muros e ir hacia la búsqueda de otros mundos fuera de la universidad, coincide con Kristof (2014) que interpela sobre las acciones necesarias en las unidades académicas para enfrentarse a la distracción que la estructura institucional les impone. Es decir, equilibrar la cuantificación de *papers*, de validación entre expertos con la experimentación y la cercanía con otros objetos de estudio. Este reclamo es imperante en estos tiempos en los que, tanto a nivel local como global, nos enfrentamos a la incertidumbre, la convulsión y la intolerancia.

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

La pregunta que nos planteamos aquí es cómo desarrollar un modelo de laboratorio social, orientado al procomún y al cambio social, que sirva de manera simultánea a la producción de conocimiento en humanidades, al cuestionamiento de los sistemas dominantes de producción de conocimiento, a la transformación de la universidad como institución educativa y a los propios procesos de aprendizaje. En este sentido, las distintas maneras de concebir los laboratorios, ya sea como prueba (Sangüesa, 2010), como hipótesis (Serra, 2015) o como espacios de escucha (Lafuente y Cancela, 2017), deben servirnos como rutas o repertorios posibles para

detonar procesos de construcción social de conocimiento desde una perspectiva distribuida, abierta y colaborativa.

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

Un prototipo es un producto tentativo, provisional, incompleto, experimental, abierto: “Prototipar no es tanto encontrar soluciones como asegurarse de que se comprenden bien los problemas o, en otros términos, de que hemos sido lo bastante críticos como para explorar las consecuencias de nuestros diseños y para asegurarnos de que hemos tomado en cuenta casi todos los puntos de vista posibles.” (Lafuente y Cancela, 2017)

Los laboratorios cumplen con una función esencial en la educación. Su potencial didáctico es alto porque abogan por el desarrollo de una visión activa del estudiante en los procesos de aprendizaje. Los medialabs o laboratorios de medios han sido definidos como unidades para el descubrimiento e impulso de nuevas ideas (Sádaba y Salaverría, 2013). En las universidades abren espacios para la experimentación con tecnologías digitales (Edwards, 2010). Los medialabs son espacios experimentales donde se busca deconstruir y criticar las maneras en que las tecnologías operan dentro de la sociedad (Schmidt y Brinks, 2017).

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

## 2. METODOLOGÍA

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

Lo que pretendíamos era investigar acerca de la puesta en marcha de un Proyecto Transmedia Social que denominamos “Laboratorio de medios para jóvenes en tiempos de pandemia” como ejemplo de creación de contenidos que combinan la

multimedialidad (imágenes, vídeo, texto, audio...) con el desarrollo de culturas participativas para que el alumnado pasara de ser mero consumidor a coproductor de la narración, generando nuevas oportunidades para el desarrollo social, cultural y profesional. Centraríamos el análisis del proyecto en la reflexión sobre el papel de la tecnología y su vinculación con la ideología, siempre desde la Educación Social (Callejo, J. et al., 2021). Lo que pretendíamos es que estos futuros educadores fueran conscientes y valoraran de forma crítica el uso y apropiación de la ideología respecto a las diferentes tecnologías de los medios digitales para que luego pudieran trabajarlos en diferentes contextos, entendiendo que este tipo de estrategias socioeducativas son el corazón de la educación tecnomediática.

El proceso de trabajo individual y grupal duró seis semanas de clase y se realizó con la siguiente secuenciación:

En primer lugar, se les pidió la elaboración de un documento audiovisual realizada en cualquier formato (crearon infografías y presentaciones en *Prezi* y *PowerPoint*) en la que abordasen el papel que tienen las tecnologías digitales y la ideología en varios planos de la vida individual, cultural y social de los jóvenes. Esta producción individual debía estar acompañada de un texto explicativo del documento audiovisual, donde hiciesen una primera reflexión sobre los diferentes elementos vinculando ideología y tecnología que habían aportado y por qué eran importantes.

En segundo lugar, de forma individual, cada futuro educador diseñó y elaboró un proyecto de social media lab para jóvenes en tiempos de pandemia (en formato vídeo) a partir de las reflexiones de su documento inicial, junto con un nuevo texto de reflexión sobre el impacto de la tecnología y la ideología en los jóvenes en esta época y sobre la construcción de su propia ideología e identidad tecnomediática.

En tercer lugar, se realizó un análisis grupal de los media labs, en grupos formados por 4/5 futuros educadores a partir de otros ejes de reflexión aportados por el docente y relacionados con las habilidades y competencias que emergen a través del uso de los medios digitales, las diferentes ideologías que interactúan en los diseños de los social media labs y las formas de expresión y aprendizajes colaborativos surgidos durante el desarrollo del proyecto. Este análisis se puso en común en gran grupo y se realizó una revisión entre pares entre los diferentes grupos, con comentarios a todas las producciones.

El estudio realizado se puede considerar investigación de corte biográfico-narrativa, pues el foco de atención se centra en la exploración de las producciones tecnomediáticas (en sus diferentes formatos) a través de las que los futuros educadores conforman modos de actuar y configurar sentidos en el entorno hiperconectado (Chase, 2015). En el caso de las relaciones entre tecnología, ideología y medios de comunicación partiremos de las referencias ofrecidas por Sola Morales (2013) cuando relaciona las narrativas tecnomediáticas con aquellos relatos que circulan en los medios de comunicación y que nos proponen diversas representaciones e imágenes sobre la identidad. Sin embargo, esta noción de orden cognitivo debe ser complementada con una visión más pragmática que considera las

narraciones digitales en tanto formas de acción socialmente determinadas, performances socialmente situadas, modos de actuar y dar sentido al mundo (Denzin y Lincoln, 2015).

Al mismo tiempo, y dado que nuestra investigación pretendía analizar la experiencia social mediada por las tecnologías digitales y los social media, nuestra indagación no solo se centraba en el ecosistema mediático en tanto objeto de conocimiento, sino también en la oportunidad de utilizar la red como herramienta de investigación (Ardévol et al., 2008), por lo que se planteaba la etnografía digital (Hine, 2004) como un mecanismo que nos permitiera examinar las relaciones entre los ámbitos virtuales y presenciales, comprendiendo además que la aparición de la radio, la televisión, el ordenador, los smartphones, Internet, buscadores web, e-mail, redes sociales, etc., han influido y mediado en las interrelaciones personales.

El estudio incluía la recogida y análisis tanto de los aspectos vinculados a la realidad analógica y presencial del aula como a los elementos de la docencia y la realidad virtual/digital de los participantes. Las técnicas de investigación utilizadas para realizar la investigación responden a las complejidades propias de la etnografía digital:

1. Análisis documental: vídeos de los social media labs. Son las producciones audiovisuales que han ido realizando los futuros educadores en formato digital, junto con los textos reflexivos de las mismas.

2. Observaciones de aula. En las dos aulas donde se ha desarrollado la investigación ha estado presente un observador externo (otro investigador del grupo) que ha realizado observaciones sobre la dinámica de trabajo en el aula en el proceso de realización de los social media labs.

3. Cuestionarios. A comienzos de curso se administraron dos instrumentos, uno validado (Ballesteros y Megías, 2015) para conocer cuál era el perfil de uso de las tecnologías de los futuros educadores, y otro de elaboración propia (cuestionario de ideología y tecnología) para indagar de forma más pormenorizada la influencia de la ideología vinculada a la tecnología digital y mediática utilizada en el diseño y elaboración de sus proyectos de social medialabs.

La elección de la metodología cuantitativa a través de cuestionario responde a la finalidad descriptiva del estudio, que es la más idónea por el carácter referencial de la información que recoge (Valles, 1999). El procesamiento de los datos se realizó utilizando el programa estadístico SPSS versión 25.

El material recogido con estas técnicas ha obligado a realizar una selección para el análisis y posterior uso en la investigación. Por ello, se seleccionaron a 10 estudiantes del grupo de Participación Ciudadana (7 chicas y 3 chicos) y 16 estudiantes del grupo de Medios de Comunicación Social (13 chicas y 3 chicos). En total, analizamos en profundidad los social medialabs de 26 futuros educadores sociales.

Para la codificación y categorización de datos hemos seguido dos procedimientos sistemáticos y exhaustivos en los que gradualmente se ha buscado generar comprensiones sobre el objeto de estudio:

- Por un lado, el mapeo conceptual de las representaciones gráficas y audiovisuales para proceder a la representación de conocimientos de forma visual, permitiendo enlazar conceptos afines a la hora de proceder a la interpretación de datos (Simons, 2009).
- Por otro lado, el análisis de narraciones y vídeos: al centrarse no solo en lo que las personas dicen y en su descripción de una serie de acontecimientos y actores claves de los procesos estudiados, sino también en cómo lo dicen y por qué lo dicen. Las narraciones nos permiten compartir el significado de la experiencia para los y las participantes en los casos seleccionados (Gibbs, 2012).

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

### 3. RESULTADOS

#### 3.1. El prototipado en los Social Medialab

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

Un social medialab no concentra metodológicamente sus esfuerzos solo en generar un prototipo útil, que sea una propuesta de solución a un problema concreto. En ese sentido, la importancia de los social medialabs no puede medirse solo en términos de resultados (*outputs*) sino también, y de manera fundamental, en la variedad de impactos (*outcomes*) que genera. Un social medialab trabaja, de forma estratégica, en el plano de una triple transformación sistémica en el alumnado, institución académica e intervención sociocomunitaria.

El desarrollo de proyectos en un social medialab trabaja con la metodología de prototipado. El prototipo es el modelo inicial de un objeto creado para testear un

concepto o diseño (Blackwell y Manar, 2015). Por lo tanto, los prototipos no pretenden ser versiones perfectas del producto final, sino un modelo temprano, inicial. Su objetivo es perfeccionar procesos y elementos antes de ser implementados a gran escala. Y así se trabaja en la mayoría de los laboratorios ciudadanos.

El prototipo es siempre potencial, pero pragmático. En un medialab, para llegar a su versión más avanzada (prototipo funcional), se trabaja mediante creatividad, aplicación de conocimientos y experimentación. La experimentación conlleva pruebas de ensayo y error, análisis de errores y rediseño; es decir, el prototipado es una metodología de aprendizaje-producción.

Figura 1: Características de los prototipos de los Social Medialabs



Fuente: elaboración propia

La figura resume la concepción de los medialabs como espacios abiertos de experimentación, provistos de tecnologías útiles para materializar proyectos y donde se produce innovación a través de prácticas de creación y diseño. Son entornos que fomentan el pensamiento creativo y el debate ideológico a la vez que presentan una clara orientación al “hacer”. Y, más específicamente, al hacer con los otros, con el alumnado del Grado, puesto que el potencial productivo individual se amplifica cuando se producen encuentros colectivos para colaborar, diseñar y crear conjuntamente. Las prácticas de prototipado son fundamentales en el proceso de innovación, puesto que el prototipo representa las diferentes tentativas de respuesta (también las fallidas) que se ensayan durante el proceso.

El aprendizaje es una dimensión sustancial del prototipado. El prototipado, como método de producción, permite aprender más rápido que en otros métodos porque puedes equivocarte antes, permite fallos más pequeños (que en la producción

a gran escala) y, por lo tanto, errores más controlados. Aprender tempranamente de estos errores activa un ciclo iterativo de rediseño y testeo.

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

Los social medialabs, pues, se sitúan en un lugar simbólico de tensión: facilitan que la ciudadanía tenga un papel más activo en los procesos de producción del conocimiento, a la vez que mantienen esquemas asociados con los laboratorios clásicos (dando respuestas muy diferentes, eso sí). Por todo ello son entendidos también como entornos abiertos y distribuidos de experimentación e innovación colectiva.

### **3.2. Social Medialabs en el entorno universitario**

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

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

La cibercultura trabaja y se fundamenta en el conocimiento compartido y en la creación colaborativa, apoyadas por la tecnología para crear y potenciar redes. Los medialabs o centros experimentales de cultura digital promueven la cocreación, generan pensamiento colaborativo y vinculan a las múltiples inteligencias con sus experiencias, sentires, estéticas y conocimientos, en una dinámica lúdica e innovadora en la generación de procesos y productos, desde una investigación

contextual y aterrizada en la problemática cotidiana para entregar soluciones prácticas, rápidas y de bajo coste con uso de tecnología social y digital.

Estos laboratorios en que se prueba tecnología, donde se arman prototipos, no tienen un fin tecnológico, sino social, pues, por medio de las actividades propuestas, se pone a prueba la generación de comunidad y su mantenimiento. Por ello, los laboratorios, labs o medialabs son la mejor forma de construir conocimiento en el aula, pues se parte de un análisis de contextos variados para poder generar un prototipo, es decir, se usan métodos cualitativos y cuantitativos para poder establecer una hipótesis y probarla con el grupo de incidencia o la comunidad donde va a ser desarrollada la acción, pues todo proceso comunicacional es de incidencia para cambiar una realidad, no solo para describirla. De allí la usabilidad de las investigaciones, de los estudios, de las producciones mediáticas, así como del aprendizaje.

Esto permite tener un verdadero trabajo multidisciplinario y colaborativo para dejar de lado el pensamiento único, como bien propone Jesús Martín-Barbero (1998), establecer relaciones sociales perdurables, pues el laboratorio forma parte de la comunidad y viceversa, y es así como desde las periferias digitales y mediáticas se pueden acortar muchas brechas sociales, y una importantísima para las universidades: su vinculación social de producción de conocimiento.

Imagen 1: Laboratorios para jóvenes en tiempos de pandemia



Fuente: Prototipos de Social Medialabs (elaboración propia)

Los social medialabs son espacios de indefiniciones y de cuestionamientos, sí. Pero el conocimiento no se coproduce de forma improvisada: en estos social medialabs, al igual que en los laboratorios tradicionales, se emplean metodologías concretas, se desarrollan ciertos modelos de organización y se identifican determinadas prácticas.

- Son espacios en los que se coproduce colaborativamente conocimiento y donde se visibilizan prácticas colaborativas de intercambio y compartición de datos e información.
- Los social medialabs también son entornos que crean las condiciones para reconfigurar ese diferencial de conocimientos: son espacios donde los saberes vivenciales, concernidos, subalternos, pueden ser (re)valorizados.
- La figura central del proceso de innovación son los usuarios, un término que tiende a sustituirse por el público, las comunidades o las colectividades.
- En los social medialabs, “lo comunitario” y “lo doméstico” se hibridan: lo aprendido gracias a un hobby puede convertirse en una contribución muy valiosa en un foro público de discusión; y la creatividad colectiva desarrollada en un Lab puede impactar fuertemente en el bienestar “privado”.

### 3.2. Ideología y tecnología en los Social Medialabs

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

Los laboratorios son espacios de creación, propios de usuarios avanzados, en los que se realizan prácticas relacionadas con la innovación abierta. Éstas, en su mayoría, se soportan por el uso de tecnologías de la información y la comunicación, realizadas en un espacio físico en forma de taller. Las dinámicas suelen asociarse a una metodología de trabajo colectivo interdisciplinar. Los proyectos y producciones abarcan un amplio abanico dado que va desde formas de activismo social hasta la producción de objetos más relacionados con la tecnología. También suelen incorporarse prácticas vinculadas a una suerte de activismo político.

Probar y experimentar son las directrices de una generación que vive desde lo práctico para luego reflexionar y evaluar lo vivido: los fracasos son sumas de

conocimiento experimental que van modelando el éxito. Las simulaciones sirven para equivocarse y posteriormente utilizar esa práctica en la realidad para no cometer los mismos errores.

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

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

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

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

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

#### 4. CONCLUSIONES

El desarrollo de los medialabs en el entorno universitario genera nuevas oportunidades para la innovación, incorporando el espíritu hacker (Himanen, P. 2003) dentro de instituciones en ocasiones centenarias. La transformación digital, la apertura y la implicación social adquieren una nueva dimensión poco frecuente en las instituciones de educación superior. La innovación que el medialab aporta se concreta en la materialización de los principios y formas 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”.

Esto hace de los laboratorios un espacio de aprendizaje reflexivo (Fressoli et al. 2014). Las soluciones propuestas se plantean en forma de prototipos que a) son producciones materiales, b) incorporan distintos saberes y c) necesitan ser probados y testados. En ese sentido, son soluciones siempre mejorables y que permiten seguir incorporando nuevas experiencias. Ello supone que, a pesar de surgir en contextos situados, puedan ser probados en diferentes escalas y realidades muy distintas, adaptándose a las peculiaridades de esa nueva escala/realidad, aprovechando el caudal ciudadano acumulado y dando, al mismo tiempo, retorno al prototipo original.

Los medialabs añaden una dimensión pragmática: la capacidad de producir soluciones colaborativas. Esta capacidad de «hacer» de la ciudadanía y «hacerlo» colaborativamente con las instituciones supone incorporar la creatividad de las personas a la producción de políticas, mediante procesos de innovación que incluyen y combinan conocimientos diversos.

El principal de ellos es su amplia capacidad para experimentar, poner a prueba y practicar el ensayo-error. Esto hace posible el análisis ágil de errores, al tiempo que facilita el rápido aprendizaje, lo que evita el coste de errores mayores y lo convierte en conocimiento acumulado para la institución. Se trata de un modelo, por tanto, que permite el error y lo transforma en aprendizaje, pero que lo hace, además, como parte de su propia naturaleza. Siempre nos movemos en el plano de la experimentación y el prototipado: de los proyectos que forman parte de un medialab, del diseño del propio laboratorio y del programa en el que se inserta, la intervención sociocomunitaria.

Junto a los aprendizajes, la experiencia de los medialabs plantea también una reflexión sobre algunas de las limitaciones y dificultades que conlleva poner en marcha nuevos modelos institucionales, como quiénes participan, cómo se participa o cuál es el resultado final de los prototipos. A este respecto, incluir a nuevos actores no es tarea fácil, como tampoco lo es evitar sesgos en la

participación. Ahondar en las causas de estas barreras y promover de forma activa la participación de actores tradicionalmente excluidos es uno de los principales retos para cualquier laboratorio de estas características.

Del mismo modo, equilibrar el diálogo de los participantes durante los laboratorios se convierte en otro de los desafíos, así como generar un lenguaje común y una forma de comunicación, que permita trascender la deliberación y concretarla en prácticas colaborativas. En cuanto a los prototipos, se trata sin duda del resultado tangible más visible que tiene un laboratorio, de ahí que lograr que se conviertan en soluciones sostenibles en el tiempo es una prioridad para su consolidación como espacios de codiseño de políticas de intervención sociocomunitaria.

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

Elas tienen que ver con el análisis o diagnóstico de la situación, la preparación o discusión de la respuesta, el diseño y generación del prototipo, la implementación y aplicación de la innovación y, por último, su evaluación (Nadelson y Seifert, 2016). Asimismo, en las dinámicas de los laboratorios sociales el conocimiento se disemina en acceso abierto y se pone a disposición de toda la comunidad, misma que puede modificarlo, transformarlo, adaptarlo, utilizarlo, etc.

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

Ardévol, E., Estalella, A. y Domínguez, D. (2008). *La mediación tecnológica en la práctica etnográfica*. Donostia: Anjulegi Atropolfia Elkartea.

Ballesteros, C. y Megías, I. (2015). *Jóvenes en red: un selfie*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, FAD.

Blackwell, A.H. y Manar, E. (eds.) (2015). *Prototype*. UXL Encyclopedia of Science.

Callejo, J., Valero, J., Fernández, M<sup>a</sup>.C., Ortego, J. (2021) La percepción de la formación STEM entre mujeres universitarias. Estudio descriptivo del Campus de Palencia de la Universidad de Valladolid. *Sociología y Tecnociencia*, 11 Extra\_1, 37-54

Carpenter, E. y McLuhan, M. (1974). *El aula sin muros. Investigaciones sobre técnicas de comunicación*. Barcelona: Editorial Laia.

Charmaz, K. (2006). *Constructing Grounded Theory. A Practical Guide through Qualitative Analysis*. London: SAGE.

Chase, S. E. (2015). Investigación narrativa. En N. K. Denzin y Y. Lincoln (Coords.). (2015). *Métodos de recolección y análisis de datos. Manual de Investigación Cualitativa Volumen IV*. Barcelona: Gedisa.

Denzin, N. K. y Lincoln, Y. (Coords.) (2015). *Métodos de recolección y análisis de datos. Manual de Investigación Cualitativa Volumen IV*. Barcelona: Gedisa.

Edwards, D. (2010). *The Lab: Creativity and Culture*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.

European Commission (2013). *Guide to Social Innovation*

Fressoli, M. Around, E., Abrol, D., Smith, A., Ely, A., Dias, R. (2014). When grassroots innovation movements encounter mainstream institutions: implications for models of inclusive innovation. *Innovation and Development* 4:2, 277-292.

Gibbs, G. (2012). *El análisis de datos cualitativos en Investigación cualitativa*. Madrid: Morata.

Gutiérrez, J.M, Fernández, E., y De la Iglesia, L. (2017). Narrativas transmedia con jóvenes universitarios. Una etnografía digital en la sociedad hiperconectada. *Análisi, Quaderns de Comunicació y Cultura*, 57, 81-95

Hassan, Z. (2014). *The Social Labs Revolution. A New Approach to Solving our Most Complex Challenges*. San Francisco: Berret-Koehler Publishers.

Heleta, S. (2016). Academics can change the world if they stop talking only to their peers. *The Conversation*. Consultado el 3/05/2021 en <https://theconversation.com/academics-can-change-the-world-if-they-stop-talking-only-to-their-peers-55713>

Himanen, P. (2003). *La ética del hacker y el espíritu de la era de la información*. Barcelona: Destino

Hine, C. (2004). *Etnografía virtual*. Barcelona: UOC.

Kristof, N. (2014). Professor, We need you. *New York Times*. Consultado el 4/05/2021 en <https://www.nytimes.com/2014/02/16/opinion/sunday/kristof-professors-we-need-you.html>

Lafuente, A. y Lara, T. (2013). Aprendizajes situados y prácticas procomunales. *Revista de la Asociación de Sociología de la Educación*, 6 (2) 168-177.

Lafuente, A. & Cancela, M.(2017). Cómo hacer un prototipo. *La Aventura de Aprender, Guía Didáctica*. EducaLab y Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

Martín-Barbero, J. (1998). *De los medios a las mediaciones*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

Nadelson, L. S., y Seifert, A. L. (2016). Putting the Pieces Together: A Model K–12 Teachers' Educational Innovation Implementation Behaviors. *Journal of Research in Innovative Teaching*, 9 (1) 47-67.

Pascale, P. (2018). Laboratorios de Innovación Ciudadana: nueva institucionalidad para un futuro sostenible. *Revista Pensamiento Iberoamericano*, 6, 63-72.

Phills, J.A., Deiglmeier, K. & Miller, D.T. (2008). Rediscovering Social Innovation. *Social Innovation Review*, 16, 12-23

Ruiz, J.M., Alcalá, J.R. (2016). Los cuatro ejes de la cultura participativa actual. De las plataformas virtuales al medialab. *Icono 14*, 95-122

Salaverría, R. y Sádaba, C. (2013). Comunicación y democracia en el entorno digital. *AdComunica*, 5, 141–174

Sangüesa, R. (2010): Cambio de rumbo: la vida después de Citilab. Recuperado 2/05/2021 de <http://ramonsanguesa.com/cambio-de-rumbo-la-vida-despues-de-citilab/>

Serra, A. (2010). “Citilabs, Qué pueden ser los laboratorios ciudadanos”, *La Factoría*, nº 45-46.

Serra, A. (2013). Tres problemas sobre los laboratorios ciudadanos. Una mirada desde Europa. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad*, 23 (8), 283-298

Schmidt, S. y Brinks, V. (2017). Open Creative Labs: Spatial Settings at the Intersection of Communities and Organizations. *Creativity and Innovation Management*, 26(3), 291–299.

Schnapp, J. T. (2016). Innovación universitaria: evolución y futuro, consultado el 10/05/2021 en <https://linhd.uned.es/jornada-abierta-18-enero-los-laboratorios-como-foco-de-innovacion-en-la-vida-academica-el-metalab-de-harvard-y-el-linhd-de-la-uned-2/>

Simons, H. (2009). *El estudio de caso: teoría y práctica*. Madrid: Morata.

Sola Morales, S. (2013). El cuerpo y la corporeidad simbólica como forma de mediación. *Mediaciones sociales*, 12, 42-62.

Tanaka, A. et al. (2011). *A Blueprint for a Lab of the Future*. Eindhoven: Baltan Laboratories

Torres, D. (2016). Las categorías dominantes son invitaciones a no pensar. Entrevista a la socióloga holandesa Saskia Sassen. *Página 12*. Consultado el 7/05/2021 en <https://www.pagina12.com.ar/diario/universidad/10-295951-2016-04-01.html>

Valles, M. (1999). *Técnicas cualitativas de investigación social*. Madrid: Síntesis.