

Universidad de Lima
Facultad de Comunicación
Carrera de Comunicación



COMUNICACIÓN ALTERNATIVA A INICIOS DE LA ERA DIGITAL

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título Profesional de
Licenciado en Comunicación

**Miguel Eduardo Manuel
Villalobos Denegri**

Código 19922682

Asesor

Miguel Gustavo Bernal Quijano

Lima-Perú
Mayo de 2024



**COMUNICACIÓN ALTERNATIVA
A INICIOS DE LA ERA DIGITAL**

ÍNDICE

RESUMEN	6
SUMMARY	7
INTRODUCCIÓN	8
1. EXPERIENCIA PROFESIONAL	9
<i>1.1. Primeros acercamientos con la interactividad online: 2000 – 2002</i>	<i>9</i>
<i>1.2. Del guion a la dirección, la producción audiovisual: 2002 – 2006</i>	<i>9</i>
<i>1.3. Armando el Kiosco Creativo, el salto a ser independiente: 2006 – 2012</i>	<i>11</i>
<i>1.4. Primer documental y premio en festival Filmocorto: 2007</i>	<i>11</i>
<i>1.5. Enfoque en la producción audiovisual: 2008 - 2017</i>	<i>12</i>
<i>1.6. Periodismo alternativo digital: 2015 – 2019</i>	<i>13</i>
<i>1.7. Largometraje durante la pandemia: El Betamax de Genaro: 2016 – 2020</i>	<i>17</i>
<i>1.8. Más allá de la producción, la experiencia aplicada: 2017 – 2023</i>	<i>17</i>
<i>1.9. Experimento en pandemia: Manray Al Aire Libre: 2021</i>	<i>19</i>
1.9.1. Martes de Ciencia en Manray al Aire Libre (2021).....	20
1.9.2. El eXpropiado #1 en Manray al Aire Libre (2021)	20
<i>1.10. Consultoría en comunicación: 2022 – 2023</i>	<i>21</i>
2. COMPETENCIAS PROFESIONALES	22
2.1. Película El Betamax de Genaro	22
Objetivos.....	22
Descripción del caso	22
Resultados obtenidos	23
Materiales producidos.....	26
2.2. Video podcast interactivo: Manray Al Aire Libre	28
Objetivos.....	26
Descripción del caso	27
Resultados obtenidos	27

Materiales producidos.....	30
3. REFLEXIONES PROFESIONALES.....	¡Error! Marcador no definido.
BIBLIOGRAFÍA	31
ANEXOS	¡Error! Marcador no definido.

RESUMEN

Comunicador social con más de 25 años de experiencia profesional, especializado en dirección creativa y generación de contenidos para diversas plataformas y formatos. Posee un amplio conocimiento en el desarrollo de espacios digitales ciudadanos, como el pionero "Chicharrón de Prensa", un innovador medio de periodismo online lanzado en 2015. Durante la pandemia en 2021, creó el experimento en línea *Manray Al Aire Libre*, un canal interactivo que brindó acceso libre al público para ser parte activa de la experiencia. Su enfoque inclusivo se refleja en el bloque *#eXpropiado*, donde cede espacio a agrupaciones y representantes de grupos vulnerables con poca presencia en los medios tradicionales, así como en el segmento de divulgación, *Martes de Ciencia*. Además, cuenta con el reconocimiento de haber dirigido el corto documental *En la ruta de Perochena* premio al mejor documental estudiantil en Filmocorto 2008 y la publicación del largometraje experimental *El betamax de Genaro* en 2020. Ha participado, además, en diversos proyectos como guionista, ilustrador y diseñador gráfico. Actualmente, es productor audiovisual, fundador y director de NirvaStudio, productora digital, y de Mantarraya, su actual casa realizadora.

Palabras clave: Comunicación social, periodismo online, redes sociales, producción digital.

SUMMARY

Social communicator with more than 25 years of professional experience, specialized in creative direction and content generation for various platforms and formats. He has extensive knowledge in the development of citizen digital spaces, such as the pioneer *Chicharrón de Prensa*, an innovative online journalism medium launched in 2015. During the pandemic in 2021, he created the online experiment Manray Al Aire Libre, an interactive channel that provided free access to the public to be an active part of the experience. Its inclusive approach is reflected in the *eXpropriate* block, where it gives space to groups and representatives of vulnerable groups with little presence in traditional media, as well as in the dissemination segment, *Martes de ciencia*. In addition, he is recognized for having directed the award-winning short documentary *En la ruta de Perochena* in Filmocorto 2008, and the publication of the experimental feature film *El betamax de Genaro* in 2020. He has also participated in various projects as a screenwriter, illustrator and graphic designer. Currently, he is a prominent audiovisual producer, founder and director of Nirvastudio, a digital production company, and Mantarraya, his current production house.

Keywords: Social communication, online journalism, social networks, digital production

INTRODUCCIÓN

Durante más de 25 años, he adquirido capacidades y habilidades muy diversas que me han permitido innovar continuamente y mantenerme vigente en una industria en constante evolución. Mi formación como profesional se basa en una combinación de experiencias en áreas aparentemente inconexas, pero que han sido fundamentales para moldear mi enfoque y perspectiva. Mi primer trabajo en oficina fue como cajero en una institución financiera durante mis años de Estudios Generales. Dicha experiencia me permitió desarrollar habilidades en atención al cliente, resolución de problemas y gestión de crisis, habilidades esenciales en el ámbito profesional.

Cuando ya había decidido especializarme en Marketing y Publicidad me encontré, a media carrera, ejerciendo como productor y director audiovisual y, más adelante, produciendo contenido periodístico digital. Esta combinación de experiencias y aprendizajes me ha procurado la capacidad de tener una mirada “todo terreno” de los procesos y estrategias de comunicación, respaldada por un importante conocimiento técnico.

Todo eso se refleja en la evolución de mi carrera: al inicio más orientada al marketing y diseño gráfico, a principios de los años 2000, pero a medida que mi pasión por generar contenido crecía me enfoqué en la redacción creativa y, más adelante, en el desarrollo de guiones y dirección audiovisual. Esta paleta de diversos conocimientos me ha permitido abordar proyectos de manera integral y adaptarme a las demandas cambiantes de la industria.

Además, como resultado de mi propio interés y curiosidad, he incursionado en la creación de espacios digitales. Comencé con un blog a mediados de los 2000, *Manray*, años más tarde expandí mi presencia en línea con el canal de YouTube de periodismo ciudadano, *Chicharrón de Prensa* y más adelante, con la plataforma de contenidos *Manray Al Aire Libre*. Durante la pandemia, esta plataforma se convirtió en una comunidad de apoyo, un espacio inclusivo y un medio de divulgación.

1. EXPERIENCIA PROFESIONAL

1.1. Primeros acercamientos con la interactividad online: 2000 – 2002

A finales de los 90 aprendí, de manera autodidacta, a programar en HTML y posteriormente en Macromedia Flash, un software multimedia para la producción de animaciones, aplicaciones web interactivas, videojuegos y aplicaciones integradas a navegadores. Gracias a este conocimiento había realizado, por iniciativa propia, algunas webs interactivas y con gráficos animados, así como catálogos de fotos propias y repositorio de algunos ensayos.

Es así que, con esta experiencia en el desarrollo de diseño y programación web, en el año 2000 ingreso a trabajar como asistente de diseño gráfico en Distribuidora Perufarma S.A. con el encargo de diseñar del primer sitio web corporativo. Para realizar dicho proyecto me encargué de digitalizar fotos analógicas de archivo y tomar nuevas, en digital, de todos los productos, así como la creación de una plantilla web para cada línea y marca. Más adelante trabajé, en conjunto con el área de Sistemas, el catálogo en línea actualizable a partir de la base de datos de productos. También me encargué de redactar textos publicitarios, realizar diseños para marcas propias y adaptar los de las líneas representadas.

Posteriormente participé, convocado por la Gerencia de Planeamiento Estratégico, en el desarrollo de un proyecto innovador: la configuración de los primeros equipos para transmisión de pedidos en tiempo real para su despacho inmediato mediante tecnología WAP (Wireless Application Protocol). Mi trabajo consistió en otorgar un diseño amigable a la navegación por texto desde una Palm Pilot conectada a un *Nextel*.

Al mismo tiempo tuve el encargo directo del CEO, Rafael Belmont, de elaborar presentaciones de alto impacto en Macromedia Flash, para presentar proyectos a potenciales o futuros clientes y otros *stakeholders*.

1.2 Del guion a la dirección, la producción audiovisual: 2002 – 2006

En paralelo a mi trabajo en Distribuidora Perufarma S.A., incursioné en el mundo de los blogs. Formé parte de los primeros blogueros que, en la primera mitad de los 2000, crearon una de las primeras comunidades digitales del Perú. Dentro de esa comunidad, mi blog era muy leído, lo que llamó la atención del área creativa de BELCORP, quienes se interesaron en mi perfil y me contactaron para postular a un puesto de redacción creativa a pesar de no haber concluido mis estudios universitarios, requisito generalmente indispensable para poder ingresar a la empresa.

Figura 1.



Nota: Presentación del blog Manray en BlogsPerú.

Fuente: <http://www.miguel-villalobos.com/2005/09/soy-famoso.html>

En agosto de 2002, fui contratado para la redacción del catálogo de la marca Ebel y, más adelante, para la redacción de contenido para los materiales de Fuerza de Ventas para cada una de las tres marcas: Ebel, Ésika y CyZone. En esta área tuve el encargo de conceptualizar y redactar guiones, tanto de las presentaciones como

para los vídeos que se enviarían a las reuniones de consultoras en los diversos países de Latinoamérica. Como resultado de esta tarea, comencé a tener contacto con el mundo audiovisual. Formé parte del equipo que creó el área de audiovisuales, en donde se centralizaba la generación de vídeos de lanzamiento e instructivos de los productos para la fuerza de ventas, que abarcaba más de medio millón de consultoras en más de 20 países. Además de encargarme de la creación de guiones, también me ocupaba de la creatividad de los eventos en cada uno de los países donde las marcas tenían presencia. Para ello, trabajaba en paralelo con un equipo de producción y diseño. Comencé a trabajar con diversas casas realizadoras, presentando ideas, desarrollando guiones y reportando a la gerencia un presupuesto determinado para cada campaña mensual. En este proceso aprendí el uso de softwares de edición, estuve al lado de diversos directores y aprendí la técnica necesaria para la realización.

1.3. Armando el Kiosco Creativo, el salto a ser independiente: 2006 – 2012

En febrero del 2006, fundé Kiosco Creativo. Una agencia boutique especializada en marketing, publicidad, diseño y video.

En nuestros primeros años de operaciones, trabajamos como proveedor externo de los proyectos de Fuerza de Ventas de BELCORP (presentaciones para los diversos países y creación y realización de audiovisuales). Sin embargo, con el tiempo, pudimos expandir nuestro alcance y ofrecimos nuestros servicios a clientes de diversos sectores, como el Grupo Acurio, para quienes desarrollamos presentaciones de alto impacto para la búsqueda de inversionistas y el diseño de las cartas para sus restaurantes. Durante esta etapa, nuestro equipo se enfocó en la producción interna de materiales gráficos, presentaciones, comerciales de radio y televisión, videos corporativos y desarrollo de páginas web. Nuestro objetivo, como agencia pequeña, era enfocarnos en la calidad, apuntando a ofrecer un servicio personalizado y adaptado a las necesidades de cada cliente.

1.4. Primer documental y premio en festival Filmocorto: 2007

Como parte del Taller de Documental, dictado por el Profesor Daniel Padilla, realizamos junto a mi grupo de trabajo: Andriette Helm, Raúl Santivañez, Andrea

Meza y Luis Alberto Ramírez, el documental *En la ruta de Perochena* (2007). Al año siguiente lo presentamos al festival Filmocorto del 2008 y logramos ganar el premio a mejor documental estudiantil.

El documental se centra en conversaciones con Federico “El Loco” Perochena, famoso delincuente de la década de 1980. Transitamos junto a él algunos de los lugares en los que transcurrió su vida, descubrimos su vida familiar e incluso detalles que configuran y retratan un ser humano lleno de conflictos y contrastes, más allá del personaje mediático. Más adelante, el documental fue emitido en su totalidad en el programa *Enemigos Íntimos* (2018), conducido por Beto Ortiz y Aldo Miyashiro.

Figura 2



Nota: Presentación del documental: En la ruta de Perochena.

Fuente: <https://vimeo.com/169954884>

1.5. Enfoque en la producción audiovisual: 2008 - 2017

En el año 2008, después de varios años de experiencia en el campo de la producción audiovisual y conociendo la relevancia del marketing digital en la nueva década, decidí enfocarme exclusivamente en la producción y marketing para medios digitales.

Fundé *NirvaStudio*, un taller de producción de contenidos audiovisuales para su difusión en plataformas digitales. Como director general, mi responsabilidad fue liderar la estrategia, creatividad y realización de proyectos, mientras mi socio se encargaba de la logística y producción. Para asegurar la calidad y efectividad de

nuestro trabajo, formamos un equipo *in-house* con talentos de diversas especialidades afines al mundo audiovisual: camarógrafos, directores de foto, de arte, productores, postproductores, ilustradores, etc.

A diferencia de las casas realizadoras tradicionales, enfocadas en publicidad para televisión o para el sector corporativo, nuestro enfoque online nos permitió tener costos competitivos y un lenguaje especializado en el medio digital, elementos que hoy son el estándar de la producción audiovisual para redes. Fue así como logramos atender a una amplia variedad de clientes e incluso agencias publicitarias de renombre en el mercado peruano, tales como Aceros Arequipa, Belcorp, BCP, Movistar, Hoteles el Libertador, Backus, Volvo Group Perú, Comunica + A, Robby Ralston, Wunderman Phantasia, entre otros.

Durante mi gestión como director general de *NirvaStudio*, pude aplicar mis habilidades y conocimientos adquiridos a lo largo de mi trayectoria en el ámbito audiovisual, consolidando así mi experiencia en producción y marketing para medios digitales.

Figura 3



Nota: Presentación de NirvaStudio (2008).

Fuente: <https://www.youtube.com/@Nirvastudio/videos>

1.6. Periodismo alternativo digital: 2015 – 2019

Desde los primeros años del 2000, en paralelo al trabajo profesional, dediqué mi

tiempo libre a publicar en mi blog personal diversos temas relacionados con la coyuntura política, social y cultural. A lo largo de ese tiempo tuve la oportunidad de realizar algunas colaboraciones con columnistas como Luis Davelouis (por ese entonces columnista especializado en economía y finanzas de *El Comercio* y editor del suplemento *Portafolio*), Carlos León Moya (columnista en *Hildebrandt en sus Trece*) y Marco Sifuentes (propietario, en ese momento, del exitoso blog *El útero de Marita* y consultor del blog *La Mula*).

A medida que nuestras colaboraciones se fueron consolidando, decidimos crear, en el 2015, un canal de YouTube, *Chicharrón de Prensa*. En principio, la idea era que los conductores fueran los periodistas (Luis, Carlos y Marco), mientras que yo me encargaría de la producción y realización. Sin embargo, desde el primer programa me uní a los demás en la conducción y frente a cámaras.

Figura 4



Nota: Presentación del programa Chicharrón de prensa (2015)
Fuente: <https://www.youtube.com/@ChicharronDePrensa/featured>

Durante sus casi 5 años, este programa tuvo tres temporadas: la primera, en la que emulamos el esquema de mesa redonda, como el que fuera nuestra inspiración *Rueda de Prensa* (Juan Paredes, Santiago Pedraglio, Mirko Lauer y Augusto Álvarez Rodrich) y el posterior *Llanta de prensa* (Mirko Lauer, Fernando Rospigliosi y Augusto Álvarez Rodrich). El programa se grababa y emitía todos los fines de semana. Además de mi papel como co-conductor, también me encargaba de la

grabación y edición, que debía realizarse de un día para otro para mantener la relevancia de los temas.

En la segunda temporada, a partir del 2016, Marco Sifuentes se mudó a Madrid y Carlos León viajó a estudiar una maestría en Nueva York. Es así como Luis Davelouis y yo, decidimos darle un giro al concepto y comenzamos a invitar a diferentes personalidades para entrevistarlos de manera informal. Ya para la tercera temporada, a mediados del 2018, se incorporó como co-conductora la psicóloga Patricia Gamarra, quien integró el equipo hasta el final del programa en 2019.

El canal de Youtube *Chicharrón de Prensa* alcanzó unos 15,000 suscriptores e incursionó en las redes con un formato novedoso para el periodismo político de ese entonces, que luego sería utilizado por diversos canales de redes sociales y medios tradicionales.

Figura 5



Nota: Entrevista sobre los retos e innovaciones en la profesión periodística en las redes.

Fuente: <https://enlinea.sineace.gob.pe/periodistas-y-comunicadores-hablaran-sobre-los-retos-e-innovaciones-de-la-profesion/>

Durante este tiempo, entrevistamos a ministros, presidentes y candidatos como Pedro Pablo Kuczynski, Ollanta Humala, Julio Guzmán y a más de 200 importantes personajes de la política y el periodismo, como: Ricardo Cuenca, Alberto de

Belaunde, Aldo Mariátegui, Alonso Segura, Ántero Flórez Aráoz, Augusto Álvarez Rodrich, Augusto Rey, Carolina Trivelli, César Villanueva, Gustavo Gorriti, Daniel Abugattas, Daniel Mora, Daniel Urresti, Enrique Pasquel, Farid Kahhat, Fernando Olivera, Fernando Tuesta, Fernando Vivas, Gastón Acurio, Gloria Cano, Gloria Montenegro, Hugo Ñopo, Jaime Saavedra, Jorge Bruce, José de Echave, Juan Carlos Tafur, Juan de la Puente, Kenji Fujimori, Maribel Toledo, Marissa Glave, Mávila Huertas, Mercedes Araoz, Mónica Céspedes, Nuria Esparch, Paola Ugaz, Patricia del Río, Pedro Cateriano, Pedro Francke, Pedro Salinas, Piero Ghezzi, Ricardo Soberón, Ronald Gamarra, Rosa María Palacios, Sigrid Bazán, Steven Levitsky, Víctor Andrés García Belaúnde, entre otros.

El programa y canal *Chicharrón de Prensa* lograron expandir su alcance más allá de su plataforma original, resonando en diversos medios de comunicación gracias a su innovador formato de entrevistas en un ambiente relajado y extenso. Los invitados del programa solían proporcionar revelaciones y novedades ya que se encontraban en un formato menos formal y distendido, lo cual generó gran interés entre el público. Además, la actividad en redes sociales del programa creó contenido de relevancia propia, un ejemplo de ello es la entrevista a PPK, en ese momento candidato a la presidencia, en la que confirmaba, en exclusiva y antes que en cualquier otro medio, la existencia de un “club de la construcción.”

Figura 6



Nota: Presentación de la película *El betamax de Genaro* (2020)
Fuente: <https://www.cineaparte.com/p/1406/el-betamax-de-genaro>

1.7. Largometraje durante la pandemia: El Betamax de Genaro: 2016 – 2020

El Betamax de Genaro (la película) es un largometraje de aproximadamente 2 horas de duración, que fue estrenado en marzo de 2020 de manera virtual. La película, una mezcla de fragmentos de comerciales, documentales y noticias de los años 1980 al 2000, es una especie de ensayo audiovisual de esa época, editado e intervenido digitalmente.

Comencé el proyecto en 2016, interviniendo fragmentos de videos de noticieros y comerciales peruanos distribuyéndolos en redes sociales, en la cuenta *El betamax de Genaro*, alcanzando aproximadamente 1,600 suscriptores en Youtube y 13,000 en Facebook hasta inicios del 2020.

Durante la pandemia, organicé el material en forma de largometraje. Creé un hilo conductor que buscaba reflejar, aunque de manera distorsionada y alterada, la sociedad peruana de esas dos décadas, mezclando elementos de política, periodismo y espectáculo. El resultado final fue la película ‘El Betamax de Genaro’, la cual fue muy bien recibida tanto por el público como por la crítica.

La película apareció en el puesto 17/41 del ranking del portal Cinencuentro de ese año y en el top 5 de Sala 18 del periodista Luis Vélez. El crítico cultural, G. Puccio Vega, sostuvo que la película tiene una mirada retro y renovadora, mutante y pop, y se sostiene en la inserción de documentos televisivos del ayer.

Por su parte, el crítico Ricardo Bedoya afirmó que la película puede ser vista de diferentes maneras: como ejercicio de metraje encontrado, como apuesta por el *détournement* o desvío del sentido original de los materiales audiovisuales intervenidos, como retrato distorsionado de la sociedad peruana tal como fue representada por la televisión de las últimas décadas, o como artefacto hecho de piezas disímiles que solo encuentran coherencia al juntarse de modo aleatorio.

<http://www.paginas-del-diario-de-satan.com/pdds/?p=6428>

1.8. Más allá de la producción, la experiencia aplicada: 2017 – 2023

Los medios digitales comenzaron a cambiar a finales de la primera década del 2000,

es así que luego de adquirir una valiosa experiencia en el terreno de la producción audiovisual y una inmersión profunda en el universo del contenido digital, adopté la determinación de establecer un estudio de asesoramiento especializado en la producción de contenido: Mantarraya Comunicaciones. El objetivo principal fue crear contenido digital con enfoque estratégico, lo que nos permitió producir materiales comunicacionales para marcas, agencias y organizaciones reconocidas, como Plan International, Oxfam, Hombro a Hombro, MEF, Osiptel, Orbis, El Comercio, Rímac Seguros, Belcorp, AFP Habitat, Kativa, Hochschild, DiDi Food, Lima Expresa, Volvo Group Perú, Engie, entre otros.

Figura 7



Nota: Logo empresarial de Mantarraya Comunicaciones (2017)

Fuente: <https://vimeo.com/manrayx>

Nuestra estructura de trabajo adquirió una modalidad distinta y adaptable: un equipo interno de dimensiones mínimas, compuesto de productor, director y administración que opera como núcleo central. Simultáneamente se estableció una estrategia de contratación de equipos de trabajo externos y variables, diseñados en consonancia con los proyectos y las necesidades específicas de cada cliente, especialización y presupuesto. Esta decisión se revelaría como un factor esencial durante el período de la pandemia, permitiéndonos mantener los costos en niveles reducidos y, de esta manera, ejecutar la producción con dirección y realización de manera remota, adaptándonos con éxito a la situación global.

1.9. Experimento en pandemia: Manray Al Aire Libre: 2021

En el transcurso de la pandemia, tuve la iniciativa de crear un canal de transmisión en directo denominado *Manray Al Aire Libre*. Este innovador espacio de difusión se desplegó en múltiples medios digitales, abarcando plataformas como Youtube, Facebook y Twitter. Su enfoque estaba basado en fomentar la interacción participativa de la audiencia, facilitando la participación directa a través de la difusión de un enlace en redes sociales, posibilitando la transmisión en vivo de los espectadores en tiempo real.

Con el propósito de fomentar su difusión, llevé a cabo una estrategia de promoción en la cual hice uso de mi cuenta individual en la red social Twitter. Cabe señalar que, en dicho período temporal, mi cuenta poseía una base de seguidores mayor a los treinta mil usuarios. El objetivo era transformar a dichos seguidores en una audiencia comprometida y en posibles colaboradores del programa, usando para ello un enlace de *Stream Yard*.

Figura 8



Nota: Presentación de Manray al Aire Libre (2021)

Fuente: <https://www.youtube.com/@MANRAYALAIRELIBRE/streams>

Si bien el hilo conductor se centró en fomentar la interacción y participación del público durante las emisiones en vivo, el enfoque temático exhibió una diversidad de contenidos. En este sentido, mi papel adquirió la naturaleza de mediador, propiciando

el intercambio entre las personas que participaban y sintonizaban el canal al mismo tiempo. En un contexto de pandemia, durante el aislamiento social, la audiencia participó masivamente, lo que se reflejó en el número de suscriptores, que superó rápidamente la marca de once mil solo en el canal de Youtube. Además, es importante destacar que varios de los vídeos en vivo difundidos alcanzaron cifras promedio de diez mil espectadores, consolidando así el alcance y la relevancia de un programa digital enfocado en la interacción virtual.

El programa se emitió, de manera regular, de lunes a viernes, siguiendo un esquema que priorizaba la participación del público en cada emisión. Bajo esta premisa, se propiciaba un ambiente de espontaneidad al permitir la entrada aleatoria de los seguidores, quienes tenían la oportunidad de involucrarse en conversaciones de diversa índole. No obstante, es importante destacar que algunas instancias contábamos con entrevistados previamente planificados, generalmente figuras especializadas en áreas específicas.

1.9.1. Martes de Ciencia en Manray al Aire Libre (2021)

Este segmento se emitía los días martes, designados como los *Martes de ciencia*, en el que se invitaba a científicos, educadores y especialistas. El propósito fue explorar diversos tópicos, brindar respuestas a las inquietudes del público y cultivar un diálogo en torno a temas de importancia trascendental desde una perspectiva científica. Tras un intercambio inicial con los invitados se abría el espacio para la interacción del público. Este segmento permitía la formulación de preguntas directas y la contribución de perspectivas diversas en relación con la temática abordada. Este espacio de diálogo abordó cuestiones fundamentales como la pandemia, la salud mental, el cambio climático y la biodiversidad, entre otros asuntos de relevancia.

1.9.2. El eXpropiado (2021)

La jornada de los sábados se caracterizaba por ser un espacio íntegramente dedicado a colectivos y personas que, por diversas circunstancias, contaban con pocas oportunidades de ser visibilizados en los medios de comunicación convencionales o carecían de suficientes ocasiones para que sus voces

resonaran en la comunidad. Dentro de este ámbito, bautizado con el nombre de *eXpropiado*, mi rol era estrictamente de productor (no aparecía en cámara).

El objetivo fue que los emisores del mensaje desarrollaran su propio contenido, según una lógica y modo de expresión particular. Los tópicos tratados y los participantes involucrados en este segmento abarcaban una pluralidad de perspectivas y experiencias. En este espacio participaron colectivos de mujeres trans, agrupaciones indígenas y afrodescendientes, jóvenes que enfrentaban el síndrome de Down, mujeres y familias afectadas por el flagelo del feminicidio, individuos aquejados por enfermedades raras, así como también artistas y músicos, entre otros.

En cada una de las emisiones, se integró de manera consistente la función de chat en tiempo real, un componente que desencadenó la creación y consolidación de una comunidad distinguida con el nombre de *Rotoplasters*. Esta comunidad, con el tiempo, asumió un rol altruista al llevar a cabo iniciativas con un claro enfoque en el bienestar colectivo. Entre sus notables acciones se encuentra la colaboración con la organización Familias Unidas por Justicia en los *eXpropiados* o promoviendo actividades, como el librotón para los niños de la comunidad de Huanguil en La Libertad. El propósito central de esta campaña consistió en respaldar la creación de una biblioteca en la escuela local de dicha zona, en aras de fomentar el acceso a la educación y el conocimiento en la región.

1.10. Consultoría en comunicación: 2022 – 2023

De manera simultánea a Mantarraya Comunicaciones fundo, junto a tres comunicadores y periodistas, una empresa consultora denominada Comunicación desde la Evidencia, con el objetivo de proveer servicios de comunicación interna y externa, media training y gestión de crisis, branding y análisis de coyuntura nacional y sectorial. Hasta la fecha, hemos llevado a cabo un proyecto para el BBVA y la agencia de comunicaciones TOC.

En Comunicación desde la Evidencia, acompañamos a nuestros clientes en el análisis de situaciones que son factibles de resolver mediante la comunicación, otorgándoles para ello las herramientas y las acciones que necesita. En este sentido, diseñamos e implementamos estrategias de comunicación y acciones efectivas y consistentes en diversos formatos y plataformas comunicacionales.

2. COMPETENCIAS PROFESIONALES

Dentro de esta sección, presentaré de manera detallada, algunos de los proyectos realizados que han marcado mi trayectoria y que considero hitos importantes dentro de mi carrera profesional.

2.1. Película *El Betamax de Genaro*

a. Objetivos

- Experimentar con la edición de clips de archivo de la televisión.
- Contar una historia que permita reflexionar sobre el devenir del país durante las décadas del 80 hasta el 2000, empleando fragmentos de noticieros, comerciales y programas de humor de la época.

b. Descripción del caso

El proyecto *El betamax de Genaro* se inicia en 2015 con la iniciativa personal de recuperar clips de vídeo de archivo de la televisión peruana, remezclarlos y generar unidades audiovisuales con estética *vaporware*, memes audiovisuales, con el objetivo de explorar la memoria mediática del país anterior a internet.

Inicialmente, el proyecto se plantea como un ensayo de edición, buscando otorgar nuevos significados a noticias y publicidades antiguas mediante el montaje. Los clips resultantes, de corta duración (aproximadamente 1 o 2 minutos), se comparten en redes sociales.

Durante el 2015 y el 2017, los insumos para generar estos pequeños clips eran vídeos obtenidos de redes: noticieros, programas cómicos, comerciales o grabaciones propaladas durante de 1980 al 2000. En ellos destacan figuras políticas, celebridades y medios de comunicación que reflejan la decadencia de la política y la sociedad peruana a principios del siglo XX. Es así como presidentes, asesores, políticos, celebridades, entre otros, van apareciendo en estos clips a los que, además de la original degradación y baja calidad, se va

interviniendo con distorsiones y mezclas que los transforman en nuevos mensajes que van perdiéndose entre intermitencias, saltos y parpadeos. Aparentes errores en el metraje que intentan dibujar una fin de siglo defectuoso, deteriorado, con pausas y cortes que sirven de fondo para presentar algunas voces brillantes, que contrastan con esa oscuridad y chabacanería de quienes representan el poder. Una delgada línea de contracultura que sobrevive y resalta en medio del esperpento publicitario, programas cómicos, noticieros tendenciosos y reality shows. Estos personajes, representados principalmente por Marco Aurelio Denegri (MAD) y César Hildebrandt, además de algunas referencias (la mayoría musicales) como las de *Cosmos* de Carl Sagán.

c. Resultados obtenidos

Con el tiempo, el proyecto evoluciona hacia un discurso más profundo y crítico, dándole mayor énfasis a crear un mensaje que contrasta y a la vez crea un paralelo con sucesos de la actualidad, con la premisa de “*no ha cambiado nada*”. Conforme avanza el proyecto aumenta la distorsión y el sarcasmo, interviniendo y distorsionando la voz oficial de los medios masivos de la época para evidenciar su relación con el poder.

Un ejemplo es el capítulo: Megaterio, Luzbel y Sombra (2020), ahí se hace referencia a Luciana León y el APRA. Este clip aparece en la misma fecha en la que se revelaron una serie de chats que vinculaba a la ex congresista con la banda de Los Intocables Ediles de La Victoria. En el clip del Betamax de esa fecha aparece Armando Castrillón denunciando a Agustín Mantilla como cómplice de la fuga de Víctor Polay. También está el capítulo: Pandemonia 1 (2020), cuando comenzaba la Pandemia, haciendo clara alusión a la epidemia del cólera que vivimos en el Perú en los años 80.

La obra comienza a recibir atención de diversos intelectuales, festivales y espacios contraculturales, como el Festival internacional Transcinema (2016), de cine contemporáneo de vanguardia y no ficción, emitió los capítulos 9, 17, 18, 21, 31 y 32, representando al Perú en el segmento:

Resistencia.

En marzo del 2017 se realizó el *Octavo Congreso Internacional de Peruanistas en el Extranjero – El Perú en su Cultura* en Ottawa, Canadá (gob.pe, 2017). Este congreso convoca a más de cuarenta investigadores y catedráticos, especialistas en la producción cultural peruana, provenientes de universidades de Brasil, España, Estados Unidos, Francia, Finlandia, México, Perú y Canadá. Una de estas ponencias, estuvo a cargo del investigador Jesse Leonard (2017) de la Universidad de Ottawa titulada *Distorsión y memoria colectiva en El Betamax de Genaro*.

Con el inicio de la pandemia en 2020, el proyecto se expande a la edición de un largometraje que recopila y da una línea narrativa a todos los elementos previamente fragmentados y resignificados. El largometraje *El betamax de Genaro*: La película, tiene una duración de 2 horas y recibe elogios de críticos especializados, como el periodista Juan Carlos Fangacio en el diario *El Comercio*, el especialista en cine Ricardo Bedoya en su blog *Páginas de Satán* y el crítico Carlos Esquivés desde su *Bitácora de El Hablador*.

Figura 9



Nota: Reseña del periodista Juan Carlos Fangacio en el Diario El Comercio (12 junio 2020).
Fuente: Reseña del periodista Juan Carlos Fangacio en el Diario El Comercio (12 junio 2020)

Figura 10



Nota: Comentario del especialista en cine Ricardo Bedoya en su blog "Páginas de Satán" (7 de abril del 2020) Fuente: <http://www.paginas-del-diario-de-satan.com/pdds/?p=6428>

Figura 11



Nota: Bitácora de El Hablador: Crítica de Carlos Esquivés (7 de abril de 2020)
Fuente: <https://elhablador.com/blog/tag/carlos-esquivés/>

La obra, que es de dominio público, se solicita con frecuencia para festivales o muestras en diversos lugares del país e incluso es motivo de análisis como el podcast *Páginas Indiscretas* (*Ventana Indiscreta*, 2023) de la Universidad de Lima.

d. Materiales producidos.

Comparto a continuación los links de las producciones citadas:

- *El Betamax de Genaro*: https://youtu.be/uq0J_DFXn-c
- *El Betamax de Genaro* (2016) Volumen 33 (11 de junio de 2016).
<https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=VXp8LbXwoj4&feature=youtu.b>

- *El Betamax de Genaro (2020). Megaterio, Luzbel y Sombra (4 de marzo de 2020).* <https://www.facebook.com/watch/?v=604763890365545>
- *El Betamax de Genaro (2020) Pandemonia 1 (25 de febrero de 2020).* <https://www.facebook.com/watch/?v=600263644037426>
- *Octavo congreso internacional de peruanistas en el extranjero. (25 de marzo del 2017)* <https://www.facebook.com/events/d41d8cd9/octavo-congreso-internacional-de-peruanistas-en-el-extranjero/1852670978348935/>

2.2. Video podcast interactivo: *Manray Al Aire Libre*

a. Objetivos

El principal objetivo del video podcast es fomentar la interacción y debate del público (en vivo), en un contexto de pandemia y aislamiento.

- Generar un espacio de divulgación científica y de interacción del público con especialistas, promoviendo el debate en línea del público, aportando sus perspectivas, opiniones y preguntas.
- Fomentar el empoderamiento de grupos y asociaciones marginadas, brindándoles un espacio y audiencia para expresar sus voces y perspectivas, que a menudo son excluidas de los medios tradicionales
- Construir una comunidad en línea activa.
- Promover mi marca personal y fortalecer mi posición como comunicador durante un periodo de crisis y aislamiento.

b. Descripción del caso

El programa *Manray al Aire Libre*, es un video podcast en vivo emitido desde junio de 2021 al 13 de febrero del 2022. Su principal objetivo fue fomentar la participación activa del público, en un entorno de pandemia e interacción personal restringida, la divulgación de temas científicos y promover el empoderamiento de agrupaciones y asociaciones marginadas brindándoles un espacio y audiencia para expresar sus voces y perspectivas, que a menudo son excluidas de los medios tradicionales

Se transmitió via stream en Youtube acompañado de un enlace de *Stream Yard* para que los espectadores tuvieran la posibilidad de conectarse durante la transmisión, aparecer en el video y conversar en vivo y en directo, tanto conmigo como con otros invitados.

El programa se emitió en vivo, de lunes a viernes, con un formato de micrófono abierto y una estructura abierta y flexible. Con temas de discusión elegidos arbitrariamente por la comunidad (*Pandaplasters*) o según la coyuntura, promoviendo la participación de la audiencia, tanto como

emisores como receptores activos gracias a la caja de chat en vivo.

Los martes el programa contaba con una estructura y formato distintos, este se llamó el *Martes de Ciencia*, producido desde Canadá por Pablo Palacios-Ávila, físico y candidato a PhD en el Instituto de Computación Cuántica de Ontario, Canadá. Pablo se encargaba de la elección de los temas, convocar a los invitados (generalmente expertos, científicos o vinculados a la ciencia), elaborar perfiles y resúmenes de cada uno y entregarme una pauta que facilitaba la conversación y permitía una entrevista fluida e interesante. En la mayoría de los casos, generalmente al cierre, se publicaba el link para la participación del público y así enriquecer las discusiones.

El formato de los sábados era totalmente distinto, incluso visualmente. Era un especial semanal llamado *El eXpropiado* en el cual cedíamos totalmente el espacio a invitados de poblaciones vulnerables, agrupaciones y colectivos que no tienen mayor llegada a los medios tradicionales. Ellos se convertían en los protagonistas de la transmisión y mi participación, durante esos programas, se limitaba a la producción (organizando a los invitados) y a operar el stream. Los invitados se apoderaban del espacio y de la audiencia, para expresar con total libertad sus voces y perspectivas.

c. Resultados obtenidos

- En aproximadamente 6 meses, el programa obtuvo más de 11 mil suscriptores, además de la creación de una comunidad activa en diversas redes sociales.
- En el momento de su lanzamiento, el formato y la temática del programa fue totalmente innovadora.
- Conectó de manera cercana a los espectadores, en un contexto de pandemia y encierro. Ofreciendo un espacio que promovía la inclusión y la ciencia, así como otros temas de opinión y actualidad.
- Brindó espacio a colectivos que normalmente no tienen voz en los medios tradicionales: el colectivo trans, chicos con síndrome de down, agrupaciones indígenas, etc.

-

d. Materiales producidos

- *Manray al Aire Libre (2021):*

<https://www.youtube.com/@MANRAYALIRELIBRE/streams>

- *ManRayALaAire (2021). EXPROPIADO # 1:*

<https://www.youtube.com/playlist?app=desktop&list=PLwXRUMhSnWPMzd6a6jFFYdxRVEAYFgl4F>

- *ManRayALaAire (2021). MARTES DE CIENCIA:*

https://www.youtube.com/playlist?app=desktop&list=PLwXRUMhSnWPOz0s_hUnqLTHha6LMP-r5u

-

4. REFLEXIONES PROFESIONALES

Treinta años de carrera me permiten hoy ser testigo de cambios tecnológicos y sociales que han ido transformando, de manera constante, el mercado de las comunicaciones. He podido ver cómo la Universidad de Lima se ha adaptado a estos cambios que, en la mayoría de los casos, han causado preocupación y angustia en el mercado laboral: nuevas tecnologías por descubrir, profesionales que temen quedar relegados conforme aquello en lo que eran especialistas va quedando en desuso.

La aparición de lo digital: la edición offline, las herramientas de diseño gráfico por computadora; la llegada de internet: más información a más velocidad, las plataformas de streaming, el paso de lo local a lo global; las dudas que vivimos con la irrupción vertiginosa de la inteligencia artificial aplicada en diversos campos del diseño, vídeo y, sobre todo, la creación de contenido en general; la obsolescencia veloz de las computadoras, las infinitas versiones de cámaras de vídeo, la democratización del cine digital y cientos de nuevos gadgets que aparecen y desaparecen; son una sombra que se alarga sobre el profesional de las Comunicaciones de hoy, como recordándonos que todos tenemos fecha de caducidad.

Situaciones diversas me obligaron a retomar con cierta intermitencia y en lapsos cada vez más distantes la carrera; el trabajo, luego la empresa, después el tiempo y los hijos, lograron que la instantánea de mi paso por la Universidad se convirtiera en una inmensa panorámica que hoy puedo observar completa. Lo que en algún momento vi como una carrera accidentada, y en otros como un fracaso rotundo, hoy es una visión amplia y privilegiada que me ha permitido asistir a la evolución de 30 años de una carrera diversa, amplia y trascendental para nuestra sociedad. En este largo viaje lo único que se mantuvo es la comprobación de que la necesidad de los seres humanos de comunicarnos, de contarnos historias, de mirarnos, de sentirnos cerca y que, en lo básico, no lo hacemos de manera muy diferente, por lo que muchas de las clases a la que asistí en 1992 siguen estando vigentes hoy.

Tengo el ejemplo para esto y es algo que mantengo presente cuando algún joven, que recién está comenzando, me pide que le enseñe el uso de una herramienta o un programa. Fue en

clase de Fundamentos de Diseño: el primer día de clase, los alumnos llegaban y encendían las máquinas para poder aprender rápidamente a usar Photoshop o Illustrator. El profesor dio la indicación de no encenderlas hasta mitad del ciclo. Revuelo general: ¿pero ¿cómo es esto posible en una clase de Diseño Gráfico? ¿Qué íbamos a aprender? Aprendimos primero lo que nunca cambia, lo que siempre seguirá vigente: comenzamos por el arte, la línea, la perspectiva y el color antes que el uso de la herramienta o la tecnología. Eso, para mí, fue una de las más grandes enseñanzas que me llevo de la Facultad de Comunicaciones y que me ha permitido desarrollarme con la seguridad de que lo aprendido siempre estará vigente. Un editor sabe narrar con cortes de imágenes: fijas, en movimiento, con sonido, sin sonido, independientemente de lo que use para editar.

De manera más amplia, esto ocurre en el caso de las Especialidades: hay algo que permanece sólido y que permite a un comunicador de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad de Lima desempeñarse en cualquier terreno en el que se presente. Somos capaces de identificar un público objetivo, crear contenido especializado, identificar la audiencia y el mercado al que nos dirigimos para plantear soluciones de manera estratégica. Esto nos otorga la capacidad para usar diversos soportes y recorrer con seguridad y aplomo diversas áreas.

Hay una anécdota personal que me permito contar ya que ilustra lo anteriormente dicho. Cuando armé el equipo para el programa, había pensado en columnistas que pudieran trasladar su opinión del texto al vídeo de manera más distendida: Marco Sifuentes, Luis Davelouis y Carlos León Moya. Todos con experiencia en periodismo de muchos años. Mi trabajo sería de productor y editor. Sin embargo, Sifuentes me instó a aparecer en los programas a lo que me negué. Recuerdo habérselo comentado a quien había sido alguna vez mi jefa de práctica, Carmen Rosa Vargas. Le comenté que no creía poder hacerlo por mi falta de experiencia periodística. Ella me respondió: “claro que sí puedes. Tú eres comunicador. Eso es lo más importante del programa”

La carrera de Ciencias de la Comunicación evoluciona y se adapta a los tiempos y cambios, pero, más que desarrollarnos en una especialidad o prepararnos para poder utilizar una tecnología o herramienta, nos prepara para enfocarnos en conectar al emisor con su audiencia, a los públicos con la información. Nos enseña a comunicar de manera multidimensional, con una mirada amplia más allá de las plataformas y los formatos aquello

que en los últimos años se dice para describir la versatilidad de los egresados de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad de Lima: un comunicador *todo terreno*.

BIBLIOGRAFÍA

- Arellano, J. (s.f.). *¡Más Bloggers...Nooo 5!*. Blogs Perú.
<http://www.miguel-villalobos.com/2005/09/soy-famoso.html>
- Bitácora de El Hablador (7 de abril del 2020). La memoria en digital: un reconocimiento a nuestra historia desde el betamax de Genaro. Recuperado el 15 de marzo del 2024) <https://elhablador.com/blog/2020/04/07/la-memoria-en-digital-un-reconocimiento-a-nuestra-historia-desde-el-betamax-de-genaro/>
- Cineaparte (s.f.). *Filmocorto 2008*. Recuperado el 15 de marzo de 2024.
<https://www.cineaparte.com/c/272/filmocorto-2008>
- Cineaparte (s.f.). *El betamax de Genaro*. Recuperado el 15 de marzo de 2024
<https://www.cineaparte.com/p/1406/el-betamax-de-genaro>
- EmbassyOfPeru.Ca. *Programa del Octavo Congreso Internacional de Peruanistas en el Extranjero: El Perú en su Cultura: Distorsión y memoria colectiva en El Betamax de Genaro*. http://embassyofperu.ca/octavo_congreso.pdf
- Gobierno de Perú (28 de marzo de 2017). *Congreso Internacional de Peruanistas se desarrolló en Ottawa*. Recuperado el 15 de marzo de 2024.
<https://www.gob.pe/institucion/rree/noticias/8009-congreso-internacional-de-peruanistas-se-desarrollo-en-ottawa>
- Manray (s.f.). *Un blog de Miguel Villalobos Denegri*.
<http://www.miguel-villalobos.com/>
- Otros cines (20 de noviembre del 2016). *Transcinema 2016: Toda la programación*. Recuperado el 15 de marzo de 2024
<https://www.otroscines.com/nota?idnota=11618>
- Páginas del diario de Satán (7 de abril del 2020). *Películas para ver durante el confinamiento: El betamax de Genaro: la película*. Recuperado el 15 de marzo de 2024) <http://www.paginas-del-diario-de-satan.com/pdds/?p=6428>
- Ventana Indiscreta (12 de mayo de 2023). *Podcast Páginas Indiscretas: Reyes, presidentes y otras formas del poder*. Recuperado el 15 de marzo de 2024
<https://www.ventanaindiscreta.ulima.edu.pe/noticias-indiscretas-9/podcast-%22p%C3%A1ginas-indiscretas%22%3A-reyes%2C-presidentes-y-otras-formas-del-poder>

Vimeo (8 de junio de 2016). *En la ruta con Perochena*. Recuperado el 15 de marzo de 2024) <https://vimeo.com/169954884>

Youtube (s.f.) Canal de NIRVASTUDIO. Recuperado el 15 de marzo del 2024. <https://www.youtube.com/@Nirvastudio/videos>

Youtube (s.f.) *Canal de Chicharrón de prensa*. Recuperado el 15 de marzo de 2024. <https://www.youtube.com/@ChicharronDePrensa/featured>

Youtube (11 de junio de 2016). *Entrevista Miguel en Enemigos Íntimos*. https://www.youtube.com/watch?v=G_gyXvBNPhU&t=386s

ANEXO 1. *Curriculum vitae* documentado

MIGUEL EDUARDO MANUEL VILLALOBOS DENEGRÍ

DNI: 07881670
Fecha de nacimiento: 24/04/1973
Teléfono: (51) 959261300
E-mail: miguel@mantarraya.pe
Dirección: Calle Jose María Eguren 163 Dpto 2ª, Miraflores.

Bachiller en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Lima. Consultor creativo.
Realizador audiovisual con 20 años de experiencia. Guionista para vídeo documental, corporativo y publicidad. Artista gráfico, diseñador y animador digital.
Habilidades para el diseño, implementación y gestión de redes sociales.

EXPERIENCIA

Rayo Verde SAC: 2016 - actual

Director creativo: propuesta de concepto y creativa para la realización de eventos BTL. Diseño artístico, guión técnico y elaboración de discursos para presentaciones corporativas.

Mantarraya Comunicaciones: 2017 - actual

Productor general: fundador, director creativo y realizador de audiovisuales.
Dirección de videos, guionista, editor y animador. [+ Info](#)

Nirvastudio SAC: 2009 - 2016

Director creativo y productor: fundador y responsable de la dirección creativa y artística de los audiovisuales. Guionista, editor general y animador. [+ Info](#)

Kiosko Creativo: 2005 - 2008

Director general: especializado en comunicación interna, BTL y producción de eventos.

Belcorp: 2001 - 2006

Director de audiovisuales in-house para todas las marcas: L'Bel, Ésika y Cyzone dirigidos a la fuerza de ventas de más de medio millón de consultoras en más de 20 países. [+ Info](#)

Perufarma SAC: 2000 - 2002

Desarrollo, diseño e implementación del primer site corporativo. Diseño de empaques, fotos producto y gráfica. Formé parte del equipo que implementó la primera tecnología WAP en el país para transmisión de ventas y pedidos en tiempo real. + [Info](#)

Carpintería Fina Vatu: 1999

Logística y administración: carpintería especializada, diseño del lobby del hotel Marriott en Lima, implementación de Ripley Jockey Plaza. Encargado de logística, selección de materiales, supervisión de diseños y manejo de RRHH.

Banco de Crédito del Perú: 1993 - 1997

Atención al cliente, venta de productos y servicios. + [Info](#)

EDUCACIÓN**Universidad de Lima: 1992 - 2022**

Facultad de Ciencias de la Comunicación.

Fundación Agulla & Baccetti - Buenos Aires, Argentina: 2005

Seminario de creatividad: taller de pensamiento creativo

Colegio de la Inmaculada- 1991

Primaria y secundaria.

**ACTIVIDADES Y COLABORACIONES /
RECONOCIMIENTOS****Manray Al Aire Libre: 2020 - 2021**

Podcast emitido durante la pandemia que promovía la interacción en vivo de los participantes e invitados + [Info](#)

Chicharrón de prensa: 2015-2019

Programa online semanal sobre temática nacional. Algunos de los entrevistados:

Rosa María Palacios,
Jorge Bruce, Iván Lanegra, Farid Matuk, Jaime Saavedra, Eduardo Dargent, Pedro
Pablo Kuczynski, Ollanta Humala, entre otros. [+ Info](#)

Festival internacional Filmocorto: 2018

Ganador al mejor documental a nivel latinoamericano: “[La Ruta de Perochena](#)” [+ Info](#)

El betamax de Genaro (la película): 2020

Estreno de documental experimental “[El betamax de Genaro \(la película\)](#)” durante pandemia, proyectada en diversos festivales. [+ Info](#)

Utero.pe: 2015

Colaborador: redacción de diversos artículos. Diseño y realización de gráficas e ilustraciones. [+ Info](#)

Revista Soho Perú: 2013

Colaborador como artista gráfico para ilustrar diversos artículos.

Medios y prensa:

- [Entrevistas en radio y TV.](#)
- [Artículos y publicaciones relacionadas a Miguel Villalobos Denegri](#)

REFERENCIAS

Alejandra Alayza - OXFAM

Gerente de Políticas y campañas : 997 942 484

Eduardo Solís Valle - INCRENTA

Director de Desarrollo de Negocio : 997 942 484

Antonio Corrochano - CARGILL

Ag-Supply Chain SouthAm Group : 989 001 428

DOCUMENTACIÓN, CONSTANCIAS Y CERTIFICADOS

REPÚBLICA  DEL PERÚ

UNIVERSIDAD DE LIMA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN

*En nombre de la Nación
el Consejo Directivo ha otorgado el*

Grado Académico _____ de _____ *Bachiller en Comunicación* _____

a _____ *MIGUEL EDUARDO MANUEL VILLALOBOS DENEGRI* _____,

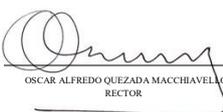
egresado de la carrera de _____ *Comunicación* _____,

quien después de haber cumplido los requisitos exigidos por las disposiciones legales y reglamentarias vigentes,
optó dicho *Grado* el día *8* de *agosto* de *2022*.

Se expide el presente Diploma para que se le reconozca como tal.

Dado y firmado en Lima, el *10* de *agosto* de *2022*.


BÁRBARA MILAGROS FARFÁN FIORANI
SECRETARIA GENERAL


OSCAR ALFREDO QUEZADA MACCHIAVELLO
RECTOR


JUAN CARLOS TOPIELLO GARCÍA VARGAS
DECANO

ventas@perufarma.com.pe
www.perufarma.com.pe

Sta. Francisca Romana 1092
Lima 1 - Perú
T: (511) 711 7000
F: (511) 711 7005
Ventas (511) 711 7007

Perufarma
DISTRIBUIDORES

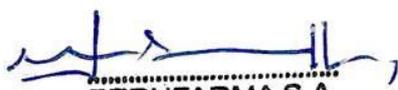
CONSTANCIA DE TRABAJO

Por la presente, certificamos que el Sr. **VILLALOBOS DENEGRI MIGUEL EDUARDO**, identificado con DNI No. 07881670 laboró en nuestra empresa como **ASISTENTE DE DISEÑO GRÁFICO**, desde el 24 de julio del 2000 hasta el 22 de julio del 2002.

Expedimos el presente certificado a solicitud del interesado, para los fines que crea conveniente.



Hecho en Lima, al día 29 del mes de agosto del 2022.


PERUFARMA S.A.
Luis Antonio Valdivia
Gerente General

LUIS ANTONIO VALDIVIA ALCAZAR
GERENTE GENERAL

KIOSKO CREATIVO

MARKETING Y COMUNICACIONES

CONSTANCIA DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS

KIOSKO CREATIVO SAC, con RUC 20518213271 es una empresa de branding y publicidad, que brinda servicios de consultoría en asuntos de comunicación estratégica, identidad institucional, marcas, comunicación digital, marketing y publicidad en general.

Por medio de la presente se deja constancia que el Sr. MIGUEL EDUARDO VILLALOBOS DENEGRÍ, identificado con DNI N° 07881670, prestó sus servicios de consultoría y asesoría desde el día 01/02/2006 hasta el 30/04/2012, desempeñándose como Director Creativo. Entre sus funciones estuvo la dirección de un equipo de redactores y diseñadores, además del diseño conceptual y realización de propuestas de diseño y video para diversos clientes. Lima, 12 de agosto de 2022



Gislene Coloma Díaz
Gerente General
KIOSKO CREATIVO SAC

CERTIFICADO DE TRABAJO

Por medio de la presente certificamos que MIGUEL EDUARDO VILLALOBOS DENEGRÍ trabajó en nuestra empresa, desempeñando el cargo de Redactor desde el 01 de Agosto de 2002 hasta el 31 de Agosto de 2006

Extendemos el presente para los fines que estime conveniente.

Lima, 02 de Septiembre de 2022

Mirtha Da Rosa
Apoderado



L'BEL

SIKA

cyzone

2% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado

Fuentes principales

- 2%  Fuentes de Internet
- 1%  Publicaciones
- 0%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alerta de integridad para revisión

-  **Texto oculto**
0 caracteres sospechosos en N.º de página
El texto es alterado para mezclarse con el fondo blanco del documento.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Fuentes principales

- 2% Fuentes de Internet
- 1% Publicaciones
- 0% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Fuentes principales

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	Internet		
repositorio.ulima.edu.pe		1%	
2	Internet		
www.rree.gob.pe		0%	
3	Internet		
vdocuments.mx		0%	
4	Internet		
www.transparencia.org.pe		0%	
5	Internet		
issuu.com		0%	
6	Internet		
lum.cultura.pe		0%	
7	Internet		
miguelmarias.tumblr.com		0%	
8	Internet		
www.icesi.edu.co		0%	
9	Internet		
academia.wikia.com		0%	
10	Internet		
www.macintec.info		0%	
11	Internet		
www.panoramaaudiovisual.com		0%	