

**Mooc Interactivo sobre conceptos de la Transmedia,
para estudiantes de la Tecnología en Producción Transmedia de
la Universidad Santiago de Cali.**

ESTUDIANTES

Derly Sofia Portillo Trochez

Jimmy Manuel Tamayo López

**Documento final para obtener el título de
Tecnólogos en Producción Transmedia**



**Universidad Santiago de Cali
Facultad de Humanidades y Artes
Año 2023**

**Mooc Interactivo sobre conceptos de la Transmedia,
para estudiantes de la Tecnología en Producción Transmedia de
la Universidad Santiago de Cali.**

ESTUDIANTES

Derly Sofia Portillo Trochez

Cc. 1.005.968.093

Jimmy Manuel Tamayo López

Cc. 1.005.976.637

ASESOR

Docente. Carlos Cruz

**Documento final para obtener el título de
Tecnólogos en Producción Transmedia**



**Universidad Santiago de Cali
Facultad de Humanidades y Artes
Año 2023**

Tabla de contenido

1. Experiencia Autobiográfica.....	6
2. Ubicación del Proyecto en la Creación	8
3. Objetivos de Creación:	11
4. Marco Teórico-Conceptual.....	12
4.1. Transmedia.....	12
4.2. Buyer persona.....	14
4.3. MOOC	15
5. Antecedentes.....	18
6. Metodología basada en la creación	24
6.1. Método.....	24
6.2. Fase 1. Planificación.....	24
6.3. Fase 2. Ejecución.....	25
6.4. Fase 3. Resultados	31
7. Conclusiones y resultados	44
8. Referencias Bibliográficas y anexos	46
9. Cronograma de trabajo	52

Lista de figuras

Figura 1. Preguntas de encuesta.....	26
Figura 2. Logo	2929
Figura 3. Paleta de colores	29
Figura 4. Tipografía de títulos.....	3030
Figura 5. Tipografía de cuerpo de texto.....	30
Figura 6. Mapa de navegación	31
Figura 7. Buyer persona	37
Figura 8. Diseño de menú del sitio web	38
Figura 9. Diseño del módulo “Cursos”	39
Figura 10. Diseño del módulo “Formación”	39
Figura 11. Diseño del módulo “Foros”	40
Figura 12. Diseño del módulo “Recursos”	41
Figura 13. Diseño del módulo “Multimedia”	42
Figura 14. Diseño del módulo “Opiniones”	42
Figura 15. Diseño de volante publicitario.....	43

Lista de tablas

Tabla 1. <i>Preguntas, objetivos y resultados de encuesta</i>	31
--	----

1. Experiencia Autobiográfica

El inicio de nuestro proyecto parte de la tecnología. Se conoce que la tecnología en su constante evolución, que ha tenido a lo largo de muchos años, se ha centrado en el crear e innovar elementos y dispositivos que han permitido satisfacer necesidades del mundo; entre todas estas, la creación de computadoras, celulares, y otros similares a este, han crecido, convirtiéndose en aparatos más inteligentes y necesarios para la sociedad, posibilitando el estar conectados constantemente. Debido al buen impacto que los dispositivos inteligentes han tenido, por medio de estos, se abre el camino a la creación de múltiples plataformas y programas que han permitido el buen entretenimiento de todo público; de esta manera, se van desarrollando diversas maneras de relatar, narrar, producir historias, como lo es un claro ejemplo la **Narrativa Transmedia**; con una propuesta innovadora, idea que se plantea desde plataformas, aplicaciones, medios y formatos de comunicación, tales como, sitios web, radio, cine, televisión y redes sociales, desarrollando un mundo a través de estos; por lo tanto, es considerado como el método más interactivo de relacionarse el público con la historia.

Teniendo en cuenta que lo innovador siempre busca implementarse en diversos ámbitos sociales, es así como la Transmedia entra a incorporarse; y para esto es bueno destacar que debido a que vivimos en una generación que está a la buena expectativa de todo impacto tecnológico, es que se puede acertar que es una técnica bien recibida para esta Generación digital.

De esta manera, de acuerdo a lo anterior mencionado, nos motiva la idea de que la Narrativa Transmedia sea conocida desde los diversos ámbitos en los que se ha venido desarrollando; algunos de estos ejemplos, son los siguientes:

- “En el año 2018 Coca Cola decide realizar una campaña publicitaria Transmedia llamada “La Fábrica de la felicidad”, una publicidad de televisión que presentaba personajes de ficción que habitaban en una máquina expendedora y fabricaba botellas de la bebida; el resultado fue un aumento del 4% en las ventas mundiales de Coca-Cola, lo que significó una ganancia extra de 1.200 millones de dólares originados en el uso de plataformas múltiples”. Este ejemplo evidencia que la Narrativa Transmedia se puede desenvolver en el ámbito de publicidad, esta como una estrategia que permite la interacción del público interesado por el producto. El adentrarse en sus plataformas permite al espectador conocer más sobre esta marca; lo que obtendrá como resultado crecer y potenciar su contenido con un público de un rol participativo.
- CRITERTEC EDUCACIÓN. Creadores de proyectos educativos con la metodología de lo tecnológico, entre uno de esos, se conoce el proyecto Transmedia llamado “Guardianes, una experiencia de educación Transmedia”, para niños de 6 a 14 años con el fin de la divulgación científica; los creadores afirman que fue realizado con el fin de transmitir mensajes que inviten a repensar los comportamientos y actividades humanas que son perjudiciales para el medio ambiente, contribuyendo en su protección y al mismo tiempo mejorando la calidad de vida de todos los seres en el planeta tierra. El universo Transmedia aquí, empieza desarrollándose a partir de un video animado, continuando con una página web que se convierte en un portal de este universo con sus respectivos contenidos, deciden agregar un Cómic, juegos, aplicaciones móviles, realidad aumentada, etc y todo esto con los personajes planteados en el video animado.

Desde este ejemplo, se expone que la Narrativa Transmedia también se puede desenvolver en el ámbito educativo, siendo un método enriquecedor de aprendizaje tanto para niños, como para jóvenes.

Lo consiguiente informa, como la Transmedia ha llegado a involucrarse en más ámbitos, actuando de manera beneficiosa; es así, como esto se convierte en motivo de plantear un proyecto educativo sobre las Narrativas Transmedia, realizada a través de la herramienta más conocida como MOOC (Curso online masivo y gratuito).

Cabe recalcar, que actualmente los recursos para poder llevar a cabo este proyecto y los recursos para que el público planteado lo reciba, es asequible, así que como estudiantes de Producción Transmedia, queremos crear espacios desde conocimientos de nuestra carrera, que sea de utilidad y un aporte tanto al programa Tecnología en Producción Transmedia de la Universidad Santiago de Cali, como a aquellos que lo estudian y quieren darse la oportunidad de conocer acerca de esta narrativa.

2. Ubicación del Proyecto en la Creación

El planteamiento de este proyecto parte de la tecnología y la transmedia en la educación, en vista de que el enfoque está en el ámbito educativo donde la problemática surge por la carencia de conocimiento hacía conceptos de la Transmedia, de parte de los estudiantes de la carrera Tecnológica Producción Transmedia, Universidad Santiago de Cali.

Desde la tecnología en la educación; primero, cuando se escucha la palabra “Tecnología” es muy probable que se haga asociación solo a dispositivos como

computadoras o celulares, y de cierta manera hace parte de lo que la tecnología ha venido desarrollando por años, pero desde su real concepto, la tecnología es la unión del conocimiento, la práctica y las habilidades que tiene como objetivo el crear, plantear y estructurar soluciones a las necesidades de la sociedad; es importante conocer este concepto para saber el porqué en nuestra actualidad, hasta en la educación, la tecnología al igual que la Transmedia se ha ido involucrando, teniendo una cierta relación con el término de las TIC (Tecnologías de la Información y las Comunicaciones), lo cual en cuestión conceptual, son los diversos recursos y herramientas digitales, audiovisuales, multimediales e informáticas que se emplean, en este caso, para el proceso pedagógico. En concreto, se puede visualizar cómo la tecnología abre paso a que la Narrativa Transmedia pueda crear un universo con fines educativos.

(Tellería, 2009) expresa lo siguiente:

Los continuos avances de la tecnología dan origen a diferentes procesos de comunicación estimulando interacciones diversas, que impulsan al sistema educativo a ofrecer nuevas alternativas para la formación, redimensionan los procesos de comunicación, de enseñanza, del aprendizaje y de la investigación. Estas nuevas alternativas en las comunicaciones cada vez se presentan con mayores posibilidades de acceso para un público más amplio y diverso, lo cual potencia su empleabilidad en el ámbito educativo”.

Desde el punto de vista anterior, se puede interpretar que es visto como un método beneficioso, interactivo e innovador, tanto para la educación de los niños, como de los jóvenes. Como se mencionaba anteriormente nos encontramos en una actualidad bastante rodeada de dispositivos tecnológicos y somos fieles consumidores de estos por mucho

tiempo; por lo tanto, esto mismo abre la posibilidad de que más que un medio de entretenimiento se use como un recurso enriquecedor de conocimientos.

En este orden de ideas, la evolución de la educación con respecto a los nuevos recursos o herramientas que se van implementando también es debido a la necesidad de brindar **educación de calidad**, y es aquí donde se centra otro de los puntos relevantes de la problemática; como se mencionaba al principio, la carrera Tecnología en Producción Transmedia, dio sus inicios en el año 2019 en la Universidad Santiago de Cali; debido a su novedad, es una carrera apenas en el proceso de ser conocida tanto en su enfoque y objetivos, como también en conceptos; por lo cual es necesario que los estudiantes que se encuentran en ella o en un futuro aspiran a esta carrera, logren tener espacios de formación que sean de calidad.

Se percibe que esta carrera tecnológica está en un proceso de crecimiento, por ello mismo, los espacios y herramientas para la ampliación de conocimientos son carentes, lo que se presenta como la problemática, porque es necesario que la Universidad cree espacios que complemente la formación a los futuros tecnólogos, capaces de desenvolverse en el mundo laboral y no con conocimientos incompletos de su carrera.

Es debido por lo cual, analizamos que entre varias herramientas que se podría proponer, para la realización de estos espacios, el MOOC (Curso online, gratuito y masivo) es una de las opciones que se ajusta a la necesidad de una propuesta innovadora de aprendizaje en la universidad, debido a que, para empezar es un recurso no muy conocido ni muy ejecutado en Colombia, según Mordor Intelligence (2018-2026) es una herramienta implementada en Universidades de los siguientes países: EEUU, Canadá, Francia, España, Brasil, México, Argentina, entre otros. De esta manera, también se ensaya la efectividad de este recurso

para la extra formación de los estudiantes y dando inicio a proponer y diseñar ideas que brinde una educación de calidad, teniendo en cuenta lo que autores expresan “sobre las Tecnologías digitales al servicio de la calidad educativa, incorpora una nueva perspectiva de análisis al referirse a la necesidad de diseñar programas efectivos de uso de los recursos digitales en educación” (Vaillant y Rodríguez, 2018).

Pregunta de Investigación

¿Cómo fortalecer conceptos de la Transmedia a través de un espacio interactivo (MOOC), para estudiantes de la Tecnología en Producción Transmedia de la Universidad Santiago de Cali?

3. Objetivos de Creación:

Objetivo general:

Diseñar un MOOC interactivo sobre conceptos de la Transmedia como aporte al proceso de aprendizaje de estudiantes de la Tecnología en Producción Transmedia de la Universidad Santiago de Cali.

Objetivos específicos:

- Caracterizar los conceptos del campo de la Transmedia aporte al proceso de aprendizaje de estudiantes de la Tecnología en Producción Transmedia de la Universidad Santiago de Cali.
- Elaborar un perfil tipo buyer persona del público objetivo del Mooc interactivo.
- Establecer los recursos que se precisan para llevar a cabo la producción y creación del MOOC.

4. Marco Teórico-Conceptual

4.1. Transmedia

Para el desarrollo de este proyecto es importante conocer y comprender el concepto de la Transmedia, debido a que es el tema central del MOOC.

La Transmedia es un tipo de narración que se desarrolla a través de múltiples plataformas o formatos, aportando contenido de la misma historia desde las diversas plataformas, con la intención de lograr una narración coherente. Esta narrativa ha sido un gran impacto, de inicio en el ámbito mediático, de tal manera que autores como Jenkins (2008) expone que el desarrollo de la Transmedia se ha dado en respuesta a la Convergencia mediática, que tiene como objetivo la activa participación de los consumidores, así que de esta manera se refiere a la Transmedia como *el arte de crear mundos*; desde la misma idea Carlos A. Scolari (2018) a través de una entrevista expone su idea sobre la Transmedia, introduciendo que este ha sido un concepto que ha requerido años de debates y discusiones, para que actualmente se tenga una idea más clara de esta: acto seguido, menciona que la Transmedia tiene *dos componentes claves*: Esta narración se cuenta desde diversos medios, con la participación de los usuarios que aportan en su expansión, haciendo referencia a que las aportaciones de los espectadores son una opinión relevante en el desarrollo de la historia, pero a su vez menciona que se trata de una interacción más profunda al universo Transmedia, y cito “se cree que con dar “me gusta” a un contenido es suficiente, cuando las narrativas Transmedia van mucho más allá”, lo que lleva a idear que no es cuestión de solo ser consumidores, sino que se abre a la intención de que ser *prosumidores*, espectadores que crean contenido y mantienen una participación activa.

Desde las anteriores posturas similares, deja muy en claro que la interactividad juega un papel importante, por el simple hecho de que es una idea innovadora, que permite al espectador un acercamiento y familiaridad con la historia. Según Alvin Toffler (1980) a través de su libro *La tercera ola*, presenta la idea de que los consumidores en algún momento querrían que sus ideas fueran escuchadas, un público más crítico, buscando también ser parte de la historia. Y de cierta manera, es precisamente lo que la Transmedia enfatiza.

A través de las mismas Narrativas Transmedia, se desenvuelven conceptos que son de importancia conocer, los cuales son:

- **Cross-media:** El concepto Cross-Media en español tiene como significado “Cruzar los medios”, es la extensión de una historia a través de diversas plataformas o medios con un mismo mensaje. La división de la historia no funciona por separado, es decir, es entendible si parte de la historia original, denominándose una Narrativa unitaria.

Según Minutti 2014, en EPIREALITY, expone que (Iacobacci, 2008) a través de un artículo titulado *“From crossmedia to transmedia: thoughts on the future of entertainment”*, expresa que la Cross-Media es comúnmente llamado “Contenido 360”, el cual se desarrolla de esta manera para ampliar la experiencia de los espectadores; a partir de la misma idea Drew Davidson, según UNIR Revista (2021) expresa que la Crossmedia “se trata de una narración integradora que se desarrolla a través de diferentes medios, con diversos autores y estilos, que los receptores deberán consumir para poder experimentar el relato completo”.

- **Multimedia:** Consiste en la narración de un mismo tema o idea, a través de diferentes medios, como lo son el audio, texto, video, animaciones y gráficos. Los programas, mensajes y el contenido encontrado en dispositivos tecnológicos como el televisor, computador o celular, se constituye como un proyecto multimedia (Ruíz y Leal). Se conoce que la Multimedia es muy utilizada para el aprendizaje, por medio de videos, audios o animaciones tomando el papel de emisor, presentándose como recurso o técnica beneficiosa para enseñar.
- **Hipermedia:** El término es la combinación de Hipertexto y Multimedia (Lamarca, 2018), Hipertexto es la estructura de textos que tienen unión entre sí; y por el lado de la Multimedia es la combinación de medios; por lo cual la Hipermedia, tiene como concepto ser un conjunto de elementos enlazados, en donde no solo está incluido textos, sino también recursos como videos, sonidos e imágenes, hallado en el mismo internet. El sitio web Pensando en Transmedia (2018), expone que debido a la invención de códigos QR, existe la hipermedia en físico, pasando del papel a un contenido Multimedial, con el dispositivo móvil.

4.2. Buyer persona

Es considerada la representación ficticia del público objetivo al que se quiere tener ese acercamiento; este tiene como objetivo crear un perfil en el cual se destacan las características principales y que en su mayoría son muy comunes en los usuarios; con la intención final de planear y crear estrategias de marketing, ya sea para contenido, productos, ideas o espacios que sean agradables al consumidor.

Según Alan Cooper, en su libro *The inmates are running the asylum* (1999) expresa que el éxito o fracaso de los productos, al final demuestra que a los usuarios solo les preocupa cumplir sus propios objetivos y llenar sus expectativas; por lo cual, es una idea clara para enfocar que es un factor importante el conocer su entorno antes de la planeación de cualquier proyecto.

Generalmente, para obtener la información se realiza una investigación y de esa manera se recopilan datos, algunos de estos factores son los siguientes: información personal, que hace referencia a datos demográficos (edad, sexo y ciudad de residencia); información profesional (nivel académico o laboral); intereses personales y hobbies. Al final, estos factores entre algunos tantos más hacen un papel importante, permitiendo crear una imagen más directa de su público.

4.3. MOOC

Cursos online masivos y abiertos, más conocido como MOOC, como su nombre lo dice son CURSOS, para usuarios que quieran formarse o seguir adquiriendo conocimientos en su ámbito específico elegido; ONLINE, para que sea de fácil acceso y le dedique el tiempo que se acomode a los espacios convenientes de los usuarios; MASIVO, precisamente esta es una de sus características, se conoce por ser accesible a todo público sin número ilimitado de participantes que se puedan inscribir o asistir; y ABIERTOS, porque es posible ser adquiridos por todos, existen tanto cursos gratuitos, como algunos que son de pago a bajo costo; todo esto desde un sitio web el cual utiliza la metodología de que sus usuarios aprendan con videos, lecturas, cuestionarios, foros y videoconferencias en vivo, siendo una modalidad de aprendizaje interactiva.

Ante la funcionalidad de esta, hay diversas posturas con respecto a lo beneficioso que se puede presentar este recurso.

Zapata, Vázquez, López y amp; Sarasola (2013), expresan lo siguiente:

En la actualidad, de nuevo, con el fenómeno de los MOOC, estamos encontrando esta doble disyuntiva: los que creen que puede ser una tecnología, o mejor dicho una aplicación educativa tecnológica, que facilite y garantice que una formación de calidad pueda llegar a todas las personas - independientemente de su lugar y clase social-, y los que creen que este nuevo medio no es nada nuevo y simplemente supone un nuevo modelo de negocio para las Universidades y las Instituciones, pero que su calidad deja mucho que desear.

Con respecto a esto creemos que, de cierta manera, el hecho de que sea un modelo implementado en Universidades, se puede decir que es un recurso de buena inversión para el proceso de aprendizaje de los estudiantes, que permite ampliar conocimientos, más que un negocio, se puede visibilizar como una oportunidad de seguir innovando en la educación, por lo cual es uno de los propósitos en este proyecto.

Desde otra opinión, Revista Comunicar (2015) en su artículo de “Mooc en la educación”, expone que basado en sus investigaciones el 72% de artículos fuentes, presentan el MOOC como un *concepto disruptivo* para el proceso pedagógico, a lo que hace esto referencia, como si fuese una técnica fuera de lo común, poco

conocida y siendo la solución para presentar un escenario diferente al que se ha venido desarrollando por muchos años en la educación.

El MOOC se convirtió en gran atención en la literatura científica (Castaño, Maíz y Garay, 2015), que, a lo largo de investigaciones y análisis, se ha ampliado visiones diferentes o propuestas de cómo es el manejo de este y diseño de contenidos (Cabero, Llorente y Vásquez, 2014), se conocen dos tipos tradicionales de MOOC, con sus respectivos enfoques, que desde nuestra perspectiva, son de fuente informativa relevante, para creadores de MOOC, teniendo en cuenta el tipo de contenido educativo con el que se quiera realizar:

- **XMOOC:** Son un tipo de curso de E- Learning, más que todo utilizado en la educación Universitaria, basados en contenidos, actividades y evaluaciones, con la finalidad de obtener certificación. Se realizan más que todo en páginas web, accediendo con cuenta de usuario a plataformas que son las más utilizadas, como Coursera, edX, Udacity, MiriadaX, entre otras (Moreno, Mac y Fernández, 2017).
- **CMOOC:** Son un tipo de curso dinámico basados en la red de conocimiento y conectivismo. Por conectivismo se hace referencia a una teoría de aprendizaje para la era digital, por Siemens y Downes, en donde la diversidad de opiniones es uno de los principios; el aprendizaje es un proceso de conectar nodos o fuentes de información y esto ya sea a través de foros en donde cada participante expresa su punto de vista. Es una metodología con el objetivo de brindar recursos que sea de motivación a los

estudiantes, el poder seguir obteniendo conocimientos, sin finalidad de certificación (Costa, 2018); se presenta como un espacio para que el estudiante se siga formando por sí solo, que no se visualice como algo obligatorio para poder obtener un título, sino más con la idea de seguir formándose.

A partir de estos conceptos y analizando el objetivo de este proyecto, tiene afinidad al cMOOC, debido a que es uno de los formatos que su técnica de enseñanza es a través de foros, redes sociales, también recursos como videos, presentaciones multimedia y podcasts (Cabero, Llorente y Vásquez, 2014), y de cierta manera es lo que buscamos implementar en nuestro proyecto para que la metodología del aprender sea interactiva; además de que se plantea como el espacio adecuado para seguir enfocado en el aprendizaje de forma dinámica.

5. Antecedentes

Henry Jenkins (2006) a través de su libro “Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de Comunicación” expone el impacto de los medios de comunicación debido a los avances tecnológicos y el implemento del internet, haciendo referencia a este, como *un cambio cultural en los consumidores*, debido a que la creación de historias busca ser desarrollada a través de la unión de diversos medios, con el objetivo principal de que el espectador tenga un rol más activo e interactivo dentro de la historia tal como un “prosumidor”. El contenido del libro “Convergence Culture” fue recurso importante en esta investigación, debido a que la Transmedia es el tema principal en el desarrollo de nuestro proyecto, y este expone un concepto e idea más

amplía de lo que es la Transmedia, mencionando también la interactividad, la cual juega un papel relevante, debido a que es precisamente lo que buscamos obtener en nuestro MOOC para el público específico.

Desde el mismo tema de la Transmedia, otro autor mencionado es, Carlos A. Scolari (2013) a través de su libro “Narrativas Transmedia: Cuando todos los medios cuentan”, amplía información sobre el concepto de la Transmedia desde la investigación de Henry Jenkins y cómo a través de la misma Transmedia hay conceptos que hacen parte de la misma *galaxia semántica* como lo son, la Croosmedia, multimedia, interacciones transmmediales, etc; exponiendo producciones reconocidas que han sido un claro ejemplo de mundo Transmedia. La opinión de este autor a través de este libro ha sido de gran relevancia en nuestro proyecto, debido a que se precisa exponer ideas de la misma temática desde diversos autores, siendo complemento para que el concepto sea entendido ante los estudiantes. Además, el autor como lo menciona de inicio, este es de material útil para el ámbito educativo.

Desde otro punto, con las bases de las Narrativas Transmedia (Cardona, 2021) plantea un proyecto llamado “Proyecto educativo basado en las Narrativas Transmedia para potenciar las competencias de Comprensión lectora en Estudiantes de grado octavo de la Institución Educativa Jorge Eliecer Gaitán de la ciudad de Pereira”, todo con el objetivo de implementar nuevos métodos que fortalezcan la comprensión lectora y lectura crítica en los estudiantes; de esta manera, tiene en cuenta los cambios de la sociedad y su evolución, los cuales uno de lo más notorios han sido los avances tecnológicos, por lo cual, tal como lo menciona en su proyecto “*se plantea qué, es importante el resaltar la integración de las TIC en el rol del estudiante, es clave para*

adquirir nuevas herramientas, autonomía, en su proceso creativo y de aprendizaje”

(Sandoval, 2020), así de esta manera, plantea la creación de un proyecto educativo Transmedia. Lo consiguiente es uno de los proyectos que han tenido una cierta afinidad con nuestro proyecto, debido a que ambos buscan crear un proyecto Transmedia educativo. Este es una de las tantas referencias con el cual se expone que esta Narrativa puede ser desarrollada desde diversos ámbitos.

Por el lado del concepto “MOOC” se hallaron proyectos como, (Restrepo y Cantillo, 2020), proponen un proyecto titulado “Metodología para el diseño y creación de 30 MOOC basado en gamificación y m-learning para la formación de docentes universitarios en el Departamento de Antioquia”, con el enfoque de crear espacios pedagógicos dirigido a docentes, debido a que estos *son la fuerza más influyente* en el ámbito educativo y se requiere lograr una educación de calidad, de esta manera deciden dar paso a la creación de un MOOC que fuera accesible a través de sus dispositivos móviles, con metodología interactiva y gamificación. A lo largo de todo el proyecto, se colocan como objetivo el analizar los tipos de metodología para la creación de los 30 MOOC, estrategias de diseño y su creación; también se realiza un análisis de qué tipos de Gamificación y herramientas utilizarán, y por el lado del m-learning se disponen a conocer cómo funciona el proceso de enseñanza desde esa técnica. Al final de este proyecto implementaron una plataforma llamada “Eduprofe” la cual, fue creada para la publicación de oferta de los cursos diseñados, y concluyen con que *es una formación para los docentes de fácil acceso desde cualquier lugar y en cualquier momento*, que permite un buen desarrollo y avance en el ámbito educativo. Este proyecto da una estructura con más afinidad de lo que queremos llevar a cabo, debido a que en nuestro

planteamiento buscamos desarrollar un MOOC pensado no a los docentes, sino a los estudiantes, con una idea similar de problemática, en donde precisamos que estos espacios creen estudiantes con conocimientos básicos de su carrera y buenos futuros profesionales.

Desde el mismo tema, destacamos un artículo por, (Moreno; Fadden y Márquez, 2017) titulado “Recursos digitales sobre MOOC para el investigador 2.0”, el siguiente antecedente es un artículo de investigación en donde exponen ampliamente el concepto de MOOC y el buen impacto que ha tenido como técnica innovadora de enseñar, primero hablando desde idea general en el mundo y luego enfatizando en el país España, expresando que es una herramienta que va en subida sobre el uso de esta, y se menciona como una *revolución socioeducativa* en España *que va adoptando un papel relevante*; por otro lado, algo más de lo mencionado en el artículo, son las plataformas en las cuales se puede llevar a cabo la creación de este o la plataforma de confianza para tomar un curso.

El anterior contenido mencionado, consideramos que es un antecedente eficiente, debido a que con argumentos válidos a través de este se puede confirmar, que la herramienta MOOC, bajo investigaciones de (Moreno; Fadden y Márquez, 2017), es más utilizada en modalidad educativa, por estudiantes de EE UU, Reino Unido, Canadá, Brasil y el mismo España; el punto a llegar con esto, es que en Colombia es una herramienta de poco conocimiento y uso, sabiendo que de cierta manera sería una técnica enriquecedora de fortalecer la educación en Universidades, por eso de esta manera decidimos que es una herramienta que queremos proponer para que en un futuro sea implementada en la Universidad Santiago de Cali.

En el mismo orden de ideas, el siguiente artículo por (Rojas y Gertrudix, 2016), titulado “Narrativa audiovisual: Producción de videos colaborativos para MOOC”, es pensado para estudiantes de Ciencias de la Comunicación, en donde buscaban diseñar un modelo de actividad didáctica, a través de la creación de un MOOC en donde los mismos estudiantes sean los creadores de los Contenidos audiovisuales que se implementarán en el MOOC, con la finalidad de crear un espacio colaborativo. Este es otro de los antecedentes relevantes, por las ideas claras y concretas que plantean para el desarrollo lo audiovisual; además de esto, tiene una afinidad a nuestro proyecto, para que el espacio educativo sea interactivo, se propone contenido audiovisual para el proceso de aprendizaje.

Por último, otro artículo a destacar es de los autores (Cabero; Llorente y Vásquez, 2014) titulado “Las tipologías de MOOC: Su diseño e implicaciones educativas”, este artículo al igual que el anterior analiza la importancia de los MOOC al difundir contenido beneficioso, pero en este artículo se menciona un poco más de las tipologías de MOOC, por lo cual a cerca de esto se dice exponen que:

Se presentan bajo una diversidad de organización y diseño, que no solo implican visiones diferentes sobre lo que debe ser el proceso formativo, sino también respecto a lo que en el mismo debe hacer el alumnado, las formas en que deben ser evaluados, lo que deben hacer en los mismos, y las maneras de diseñar los contenidos.

De esta manera, se conocen 8 puntos: transferMOOCs, madeMOOCs, synchMOOCs, etc. Y otros tipos básicos, como lo son el xMOOC y cMOOC. Lo que nos ha aportado este antecedente es generar información clara y amplia como

concepto, y luego a través de este hemos definido el tipo de MOOC por el cual implementaremos en nuestro proyecto.

Por el lado de proyectos que aportaron como idea al desarrollo que conlleva la creación del producto final, es el siguiente:

El trabajo titulado “Propuesta de sitio web institucional específico para la carrera de diseño de la comunicación gráfica”, bajo el desarrollo de estudiantes de la Universidad Autónoma de Occidente (Córdoba y Sánchez, 2012), tenían como objetivo diseñar la interfaz web del programa, debido a que el sitio web ya tenía 10 años con el mismo diseño, por lo cual, buscaban plantear un espacio que visualmente y en contenido fuera atractivo tanto para los mismo estudiantes de esta carrera, como a los interesados por conocerla. Lo que los llevó a realizar inicialmente una encuesta que permitiera conocer la conformidad de los mismos estudiantes acerca de lo que les reflejaba el sitio web; luego, dando paso a la fase de la pre-producción, en este punto se propone y se analiza lo pertinente que debe estar en el mapa de navegación, se realiza boceto y se determina la línea gráfica que el sitio web llevaría. Este proyecto, aunque no cuenta con el mismo objetivo de ser un espacio de fortalecer conocimientos, tienen la misma idea en desarrollo de creación, tales como el planteamiento de la línea gráfica que identifique ese espacio, teniendo en cuenta colores, tipografía, la maquetación de la página y contenido multimedia; por lo tanto, lo consideramos una guía para nuestro proyecto.

6. Metodología basada en la creación

El siguiente proyecto pertenece al grupo GISOHA de la Facultad de Humanidades y Artes de la Universidad Santiago de Cali, junto a la línea de investigación de Cultura, educomunicación y TICS. Se llega a esta conclusión, debido a que la línea de investigación ya mencionada, tiene afinidad a la idea inicial que hemos venido desarrollando en el proyecto, expresando que la convergencia entre la educación y la comunicación, al final de todo solo busca plantear *alternativas de mejoramiento en campos del conocimiento*.

6.1. Método

El proyecto se basa en la metodología cualitativa, según los autores Taylor y Bogdan, en su libro *Introducción a los métodos cualitativos de investigación* (1984) esta metodología consiste en la recolección de datos, desde un modo empírico, en donde a partir de estos se *desarrollan conceptos, intelecciones y comprensiones* que permiten un buen análisis para obtener fundamentos puntuales; tal como lo expresa estos autores, es lo que se ha realizado a lo largo de este tiempo, la indagación con su problemática central, como argumento de creación del producto final, el MOOC; teniendo en cuenta referencias de trabajos con afinidad al desarrollo de este proyecto y fuentes de personajes que hicieron grandes aportes a los respectivos conceptos. Se considera que el proyecto se desarrolló en 3 fases, las cuales son: planificación, ejecución y resultados.

6.2. Fase 1. Planificación

En esta fase inicialmente se analiza y selecciona la herramienta de investigación, por lo tanto, se tiene en cuenta que este es un proyecto con metodología cualitativa, lo que nos llevó a indagar diversos autores referentes a este tema, y nos guiamos en el autor

Bernal, en su libro *Metodología de la investigación* (2010) en donde expresa que “la investigación cualitativa pretende conceptuar sobre la realidad, con base en la información obtenida de la población o las personas estudiadas”; al final, esto deja en claro que es muy importante conocer el punto de vista del cierto público, recolectando datos e información que son relevantes en el desarrollo de esta problemática planteada. Debido a esto, escogimos la encuesta con preguntas cerradas y abiertas como herramienta de investigación; en este punto tuvimos en cuenta que posiblemente los encuestados no contaban con el tiempo disponible, así que consideramos que una encuesta virtual, sería más asequible responder ya sea a través de sus celulares o computadoras. Todo con el objetivo de tener resultados.

Lo siguiente en esta punto va ligado al tercer objetivo específico de *establecer los recursos que se precisan para llevar a cabo la producción y creación del MOOC*, consideramos que como es un espacio que se diseñaría desde cero, se requiere establecer una identidad visual que represente este proyecto, por lo tanto, debe contener: logo, tipografías y paleta de colores; por el lado de maquetación, se plantea realizar un mapa de navegación del sitio web, y las ideas de cómo queremos que se visualice cada espacio del MOOC.

6.3. Fase 2. Ejecución

6.3.1. Desarrollo de encuesta

En esta segunda fase se tiene en cuenta que el objetivo es obtener la información de cuáles son los conceptos a fortalecer en la carrera, por lo tanto, aquí decidimos plantear las preguntas y elegir cuál es el medio en que se realizará; también se añadieron preguntas que

permitirían crear un perfil tipo Buyer persona debido a que es uno de los pasos relevantes para conocer nuestro público objetivo antes de la creación del producto (MOOC).

La encuesta fue realizada en la plataforma Google Forms, contando con 18 preguntas (7 de esas preguntas eran dirigida al Buyer Persona, y las otras 11 eran preguntas sobre conocimientos de conceptos de la Transmedia), cabe recalcar que se optó por la opción de que unas sean con preguntas cerradas y abiertas, porque ciertas preguntas requerían que los encuestados dieran su opinión libremente y en unas tantas no era necesario respuesta extensa; la encuesta se puede evidenciar en el Anexo A. En la figura 1 se visualizan las preguntas planteadas en la encuesta.

Figura 1. Preguntas de encuesta

Preguntas

1. Correo electrónico
2. ¿Contamos con tu consentimiento para el uso de estas respuestas en nuestro trabajo de investigación?
 - o Sí
 - o No

Preguntas Buyer persona

3. Nombres y apellidos
4. Edad
5. Género
6. ¿A qué se dedica?
7. ¿Qué semestre está cursando?
8. ¿Cuáles son su intereses y objetivos con la carrera
9. Hobbies

Preguntas de conceptos

1. Cuando iniciaste la carrera, ¿cuál era tu percepción acerca del concepto “Transmedia”? (Pregunta abierta)
2. ¿Consideras que la Transmedia es una narrativa que se puede implementar en diferentes ámbitos, que no sea solo para medios de entretenimiento? (Pregunta abierta)
3. ¿Opinas que, para tener educación de calidad en la carrera, es necesario fortalecer la enseñanza en ciertos temas?
 - Sí
 - No
4. ¿Cuáles son los conceptos que crees, que son importantes fortalecer en el proceso educativo de los estudiantes de Producción Transmedia? (pregunta abierta)
5. ¿Conoces el concepto “Crossmedia”?
 - Sí
 - No
6. ¿Conoces el concepto “Multimedia”?
 - Sí
 - No
7. ¿Conoces el concepto “Hipermedia”?
 - Sí
 - No

1. ¿Cuáles son los dispositivos y medios de comunicación que usas frecuentemente?
2. ¿Consideras que una plataforma como sitio web, es una buena herramienta de estudio para reforzar conocimientos?
 - Sí
 - No
3. ¿Sabes qué es un MOOC?
 - Sí
 - No
4. ¿Cuál es tu percepción ACTUAL del concepto “Transmedia”?

6.3.2. Planeación de diseño del MOOC

6.3.2.1. Identidad visual

En esta misma fase, se plantean los recursos y herramientas que se requieren para la maquetación del MOOC (Cursos online, masivos y abiertos), cabe recalcar que antes de llegar a una conclusión, buscamos referencias en distintas plataformas que eran más reconocidas y utilizadas para el ingreso a los MOOCs, y al final se tuvo más afinidad a la plataforma llamada *Coursera*, fue la referencia en cuestión de diseño y distribución de la página. Como ya se había mencionado, este espacio se piensa ser diseñado desde cero por lo tanto planteamos inicialmente la creación de la identidad visual que busca generar una imagen coherente en la marca de este proyecto. Este contiene lo siguiente:

- **Logo y paleta de colores**

El diseño fue encaminado a la creación de un Isologo (agrupación del símbolo con la palabra). Contiene el nombre de “Narra”, haciendo referencia a la palabra “*narrativa*”; cuenta con el color azul oscuro en todo el símbolo y la palabra, mientras que en los pequeños detalles tiene dos tonalidades del color violeta, los cuales se seleccionaron teniendo en cuenta *la psicología del color*, donde nos expresa que el color azul representa la confianza y a su vez es una imagen profesional y sobria; mientras que por el lado del color violeta representa la elegancia y creatividad. El diseño final del logo y la paleta de colores se visualizan en la figura 2 y 3.



Figura 2. Logo



Figura 3. Paleta de colores

- **Tipografías**

Este punto también funciona como un elemento importante para la identidad visual de la marca, por lo tanto, planteando las tipografías que se utilizarían en el sitio web son, a los títulos la tipografía Quicksand Bold, y al cuerpo de texto la tipografía Montserrat, consideramos que son tipografías sencillas, fácil de entender y leer;

dichos recursos fueron obtenidos en la plataforma de Google Fonts. Estas se pueden visualizar en la figura 4 y 5.

Quicksand bold
abcdefghijklmnopqrstuwxzy
ABCDEFGHIJKLMNopQRSTUVWXYZ
1234567890 @:,*\$%()=?

Figura 4. *Tipografía de títulos*

Montserrat
abcdefghijklmnopqrstuwxzy
ABCDEFGHIJKLMNopQRSTUVWXYZ
1234567890 @:,*\$%()=?

Figura 5. *Tipografía de cuerpo de texto*

6.3.2.2. Estructura de sitio web

En este punto se indagó y seleccionó la plataforma en la que realizaríamos el diseño del Mooc, el cual fue la plataforma llamada Wix, en esta se puede encontrar diversas plantillas de sitios web, como también brinda la oportunidad de que el usuario pueda crear su página web desde cero; ofrece la posibilidad de que anexen recursos propios, como videos, animaciones, audio e imágenes, y a su vez, la misma plataforma brinda miles de recursos.

Después de establecer en donde se desarrollará este espacio, se plantea el mapa de navegación, teniendo en cuenta al autor Santos en el sitio web *Hubspot* (2023) expresa que “un mapa de navegación web es una representación visual de las páginas que conforman un sitio web y la información que contendrán. Permite hacer una jerarquía fácilmente comprensible y facilitar que los usuarios puedan acceder a cada contenido de manera intuitiva y ordenada”. En la figura 6 se visualiza la distribución de los espacios del sitio web que planteamos.

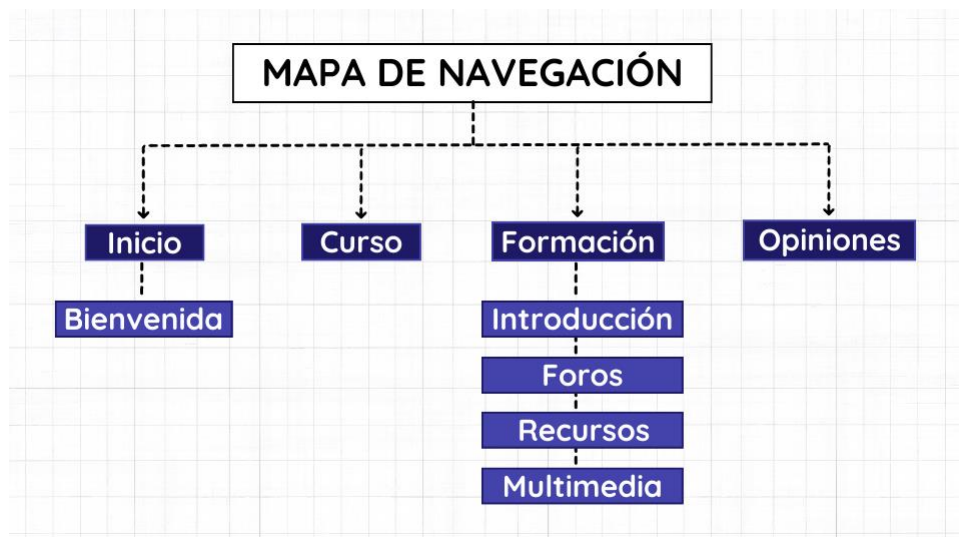


Figura 6. Mapa de navegación

Desde este punto, al tener en claro los espacios que se iban a desarrollar, se llevó a cabo la búsqueda de imágenes en stock que se utilizarían en el diseño del sitio web, teniendo presente la línea gráfica que se desarrolló.

6.4. Fase 3. Resultados

6.4.1. Encuesta

La encuesta fue realizada a 15 estudiantes de Tecnología en Producción Transmedia. Decidimos realizar una tabla en donde expone los resultados que se obtuvo en cada respuesta.

Tabla 1. Preguntas, objetivos y resultados de encuesta

Encuesta a estudiantes de Producción Transmedia	
Cantidad de encuestados:	15 estudiantes
Información personal	

Edad		
Género		
¿A qué te dedicas?		
Hobbies		
Intereses y objetivos con la carrera		
Encuesta con preguntas estructuradas abiertas y cerradas		
Preguntas:	Objetivo:	Resumen de respuestas:
<p>Cuando iniciaste la carrera, ¿cuál era tu percepción acerca del concepto “Transmedia”?</p>	<p>El objetivo con esta pregunta es conocer cuál era la idea que tenía el estudiante al iniciar la carrera, y de esta manera nos daríamos cuenta, si tenía un conocimiento previo de este concepto.</p>	<p>Los estudiantes expresan que tenían la idea de que era un método de contar historias a través de diversas plataformas; como también una parte de ellos le hacían asociación a la producción audiovisual, producción multimedia, edición y sobre diversos tipos de producciones.</p>
<p>¿Consideras que la Transmedia es una narrativa que se puede implementar en diferentes ámbitos, que no sea solo para medios de entretenimiento?</p>	<p>Otro de los puntos que se quiere llevar a cabo con la plataforma es exponer el tema de que la Transmedia se puede abarcar en diversos ámbitos; por lo cual, esta pregunta cumple con el objetivo de darnos a conocer si los estudiantes contaban con este conocimiento y de ser así, será otros de los puntos relevantes a ampliar su</p>	<p>El 100% de los estudiantes expresan que sí tienen claro que la Transmedia se puede desarrollar en diferentes ámbitos y mencionan que uno de estos puede ser en el ámbito educativo; aun así, se considera que es un tema que se puede hablar a más profundidad.</p>

	información, para que sea tengan una idea clara.	
¿Opinas que, para tener educación de calidad en la carrera, es necesario fortalecer la enseñanza en ciertos temas?	El objetivo con esta pregunta era analizar si los estudiantes requieren de mejoría en su proceso educativo; por lo cual se confirmaría que sí es necesario la implementación de herramientas y espacios, que ayuden a fortalecer.	Debido a que era una pregunta con la opción del “Sí” o “No”, el resultado de esto fue que el 100% de los estudiantes opinan que Sí, es necesario fortalecer la enseñanza en temas.

<p>¿Cuáles son los conceptos que crees, que son importantes fortalecer en el proceso educativo de los estudiantes de Producción Transmedia?</p>	<p>El objetivo con la pregunta era conocer cuáles son los conceptos que ellos sugieren que se tengan en cuenta a fortalecer y a ponerlos en práctica; lo que esto nos permitiría idear los temas que estarán en el MOOC.</p>	<p>Los estudiantes expresan que los conceptos y temas a fortalecer son acerca de: la multimedia; el marketing; la puesta en práctica de producción sobre un mundo Transmedia y sobre el concepto base de ¿qué es la Transmedia?, debido a que, por ser un concepto no muy escuchado y reconocido, expresan que hay que mejorar la enseñanza al momento de explicarlo.</p> <p>Se visualiza que la mayoría exponen que la práctica acerca de realizar un mundo Transmedia es un tema a fortalecer, por lo cual para ello es necesario, primero conocer los medios en los cuales la Transmedia se va desarrollar y el cómo se caracterizan, y a su misma ir poniendo en práctica.</p>
<p>¿Conoces el concepto "Crossmedia"?</p>	<p>En el Marco teórico se mencionaba el siguiente concepto como uno de los indispensable a conocer en el proceso de la carrera; por lo cual, el objetivo que cumplía esta pregunta, era saber si como estudiante de Transmedia lo conocía, y de esta manera, estaría incluido en temas del MOOC.</p>	<p>La pregunta contenía dos opciones de respuesta "Sí" o "No", por lo tanto, el resultado de esta es que el 87% de los estudiantes sí tiene conocimiento sobre este concepto, pero aun así el otro 13% no tiene una idea clara de ello.</p>

<p>¿Conoces el concepto "Hipermedia"?</p>	<p>En el Marco teórico se mencionaba el siguiente concepto como uno de los indispensable a conocer en el proceso de la carrera; por lo cual, el objetivo que cumplía esta pregunta, era saber si como estudiante de Transmedia lo conocía, y de esta manera, estaría incluido en temas del MOOC.</p>	<p>La pregunta cuenta dos opciones de respuesta "Sí" o "No", por lo tanto, el resultado de esta es que el 80% de los estudiantes sí tiene conocimiento sobre este concepto, pero aun así el otro 20% no tiene una idea clara de ello.</p>
<p>¿Conoces el concepto "multimedia"?</p>	<p>En el Marco teórico se mencionaba el siguiente concepto como uno de los indispensable a conocer en el proceso de la carrera; por lo cual, el objetivo que cumplía esta pregunta, era saber si como estudiante de Transmedia lo conocía, y de esta manera, estaría incluido en temas del MOOC.</p>	<p>La pregunta contenía dos opciones de respuesta "Sí" o "No", por lo tanto, el resultado de esta es que el 100% de los estudiantes sí tiene conocimiento sobre este concepto.</p>
<p>¿Cuáles son los dispositivos y medios de comunicación que usas frecuentemente?</p>	<p>El objetivo de esta pregunta era conocer si los estudiantes cuentan con dispositivos y medios que permitirán el fácil acceso al MOOC.</p>	<p>Los estudiantes expresan que sus dispositivos que usan con frecuencia, son la computadora y el celular; lo que confirma que es un público que tendrá fácil acceso al MOOC.</p>

<p>¿Consideras que una plataforma como sitio web, es una buena herramienta de estudio para reforzar conocimientos?</p>	<p>El objetivo de la pregunta era saber si los estudiantes se sentirían en comodidad con este tipo de herramienta.</p>	<p>La pregunta contaba con tres opciones de respuesta “Sí”, “No” u “Otros”, por lo tanto, el resultado a esta es que el 87% responde sí considera una buena herramienta de estudio, mientras que el otro 13% exponen que quizás sea una buena opción.</p>
<p>¿Sabes qué es un MOOC?</p>	<p>Esta pregunta cumple la función de analizar si los estudiantes conocían este tipo de plataformas, lo que abriría camino a plantear una idea diferente como lo es el MOOC</p>	<p>Esta pregunta contenía dos opciones de respuesta “Sí” o “No”, por lo tanto, el resultado de esta, fue que el 93% de los estudiantes encuestados, no conocen este tipo de plataformas, pero un 7% sí saben de ello.</p>
<p>¿Cuál es tu percepción ACTUAL del concepto “Transmedia”?</p>	<p>La última pregunta es con el objetivo de saber si el proceso educativo le ha permitido al estudiante ampliar el conocimiento sobre la Transmedia o su idea sigue siendo la misma a cuando dio inicio a la carrera. Esta es una de las preguntas relevantes porque nos permite analizar el hecho de que los estudiantes están avanzando con conocimientos incompletos.</p>	<p>Ante esta pregunta se generan tres posturas, por un lado, están los estudiantes que de lo que han recorrido en la carrera su idea sobre el concepto “Transmedia” sigue siendo el mismo a cuando iniciaron; por otro lado, están los que su conocimiento se amplió un poco y ahora tienen una idea más clara; y, por último, en minoría están los que consideran que hace falta explorar más el concepto.</p>

Con los resultados nos deja en claro que sigue siendo necesario trabajar el concepto Transmedia, y se añade el punto de trabajar el cómo se puede desarrollar un mundo

Transmedia; al igual que los conceptos Crossmedia, multimedia e Hipermedia, son conceptos que en resultados dejan claro que una cantidad mayoritaria conoce de estos, pero también se tiene en cuenta esa minoría, para seguir reforzando en estos conceptos; por lo tanto, en cuestión de temas que se tratan en el MOOC, se pudieron establecer debido a la encuesta.

Otro punto a tener en cuenta es el perfil tipo Buyer persona, como se había expresado anteriormente la encuesta también contaba con el propósito de generar esa información que nos permitiría armar y conocer nuestro público objetivo. En la figura 7 se puede visualizar la imagen que desarrollamos con base en las respuestas de los encuestados.



Figura 7. Buyer persona

6.4.2. Diseño del MOOC

En esta fase, tanto el diseño como el contenido del MOOC ya se tenía claro, por lo tanto, en los siguientes puntos se expone el desarrollo del producto final.

El sitio web, cuenta con un menú que se ubica en la parte superior, permitiendo la navegación de los estudiantes por los diferentes espacios de la página, exactamente lo que

se había planteado anteriormente en el mapa de navegación. Se visualiza de la siguiente manera:



Figura 8. *Diseño de menú del sitio web*

Cabe destacar que el punto de iniciar sesión es accesible a los estudiantes, al momento de iniciar sesión los llevará a una ventana de Wix, donde llenan la información con datos como correo y contraseña, ya después de haberse realizado este procedimiento, está el libre acceso para indagar en el sitio web de Narra.

El mapa de navegación del sitio web están ordenados en los siguientes puntos:

- **Inicio:** Cuenta con una animación de texto “Mooc Transmedia USC”, y una bienvenida e introducción al sitio web
- **Curso:** De manera inicial, tiene un banner en la parte superior que dice “Módulo de aprendizaje”. Se presenta como el espacio para que los estudiantes se unan a los cursos. Se visualiza de la siguiente manera:



Figura 9. Diseño del módulo “Cursos”

- **Formación:** Es uno de los espacios más relevantes, cuenta con un submenú con los enlaces a foros, recursos, multimedia; esto debido a que los estudiantes encontrarán recursos de estudio, tanto en documentos, como también en videos, al igual que foros. Se visualiza de la siguiente manera:



Figura 10. Diseño del módulo “Formación”

Desde este mismo módulo se desprende un submenú que contiene: Foros, recursos y multimedia.

- **Foros:** Es un espacio para que los estudiantes interactúen dando sus opiniones en diversos temas que abarcan la Transmedia.

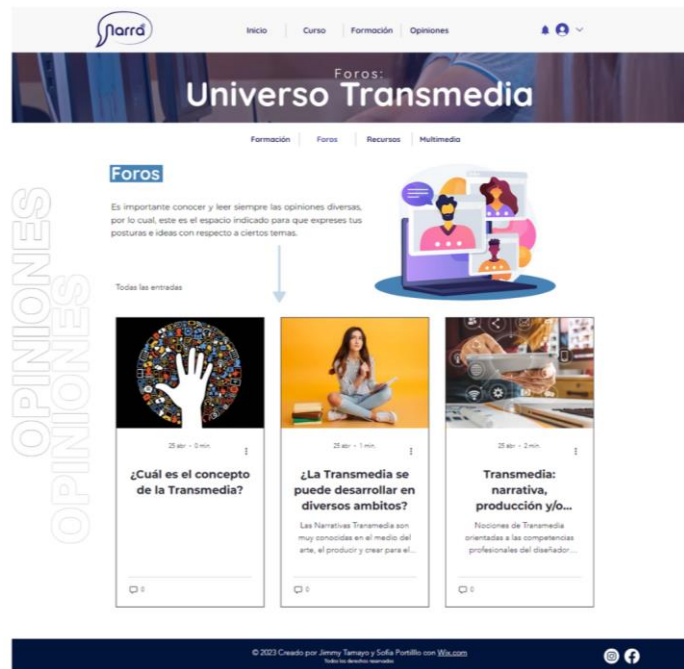


Figura 11. *Diseño del módulo “Foros”*

- **Recursos:** Es el espacio para que los estudiantes encuentren recursos como videos, artículos y libros sobre la Transmedia. En este mismo se quiere reflejar un espacio de comunicación doble vía, debido a que los mismos estudiantes podrán compartir y a su vez visualizar aquellos recursos que ya se encuentren ahí, es el recibir y al mismo tiempo aportar.

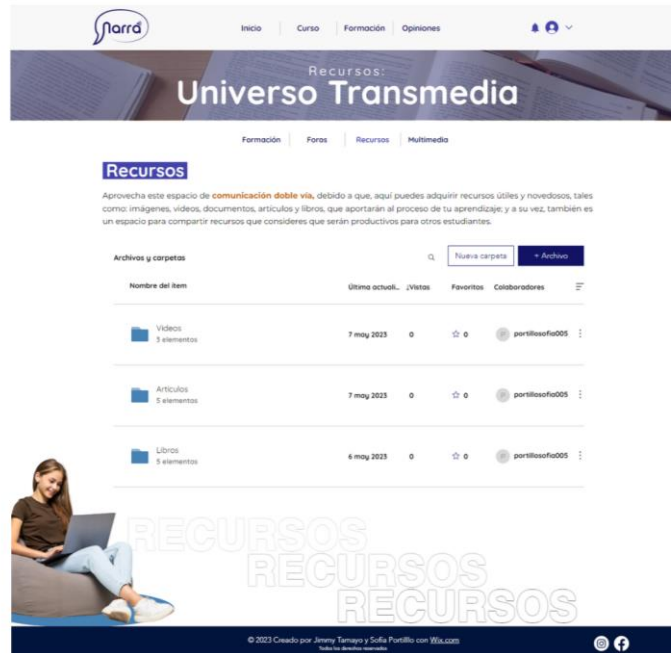


Figura 12. *Diseño del módulo “Recursos”*

- **Multimedia:** Los videos se podrían considerar una manera dinámica de aprender, por lo tanto, es un espacio en donde escucharán datos novedosos de la Transmedia.

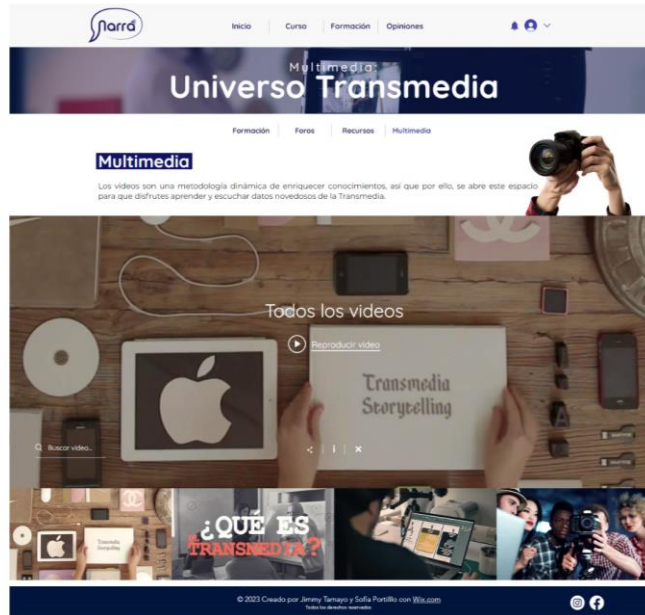


Figura 13. *Diseño del módulo “Multimedia”*

- **Opiniones:** Como último punto, también es importante leer y tener en cuenta las opiniones y sugerencias de los estudiantes, de esta manera sacaremos resultados de cuán exitoso ha sido la implementación de esta herramienta en los estudiantes. Se visualiza de la siguiente manera:

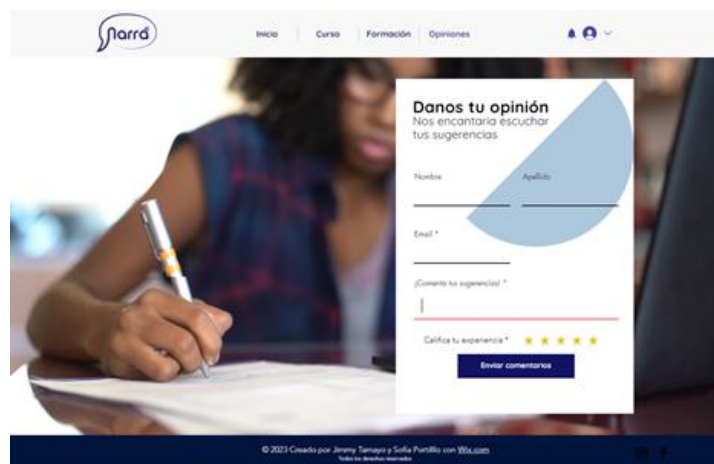


Figura 14. *Diseño del módulo “Opiniones”*

6.4.3. Medios de divulgación

Por último, proponemos que los medios de divulgación para los estudiantes de la Tecnología en Producción Transmedia, al uso o el conocer esta herramienta de estudio, se repartan volantes, o se ubiquen en lugares claves como en la facultad de la carrera, Facultad de Comunicación Social y Publicidad, aparte de ello, que la información de este sea compartido en las redes sociales de la universidad; en cuestión de diseño, se busca que sea agradable y llamativa a los ojos de los estudiantes. El diseño se visualizará de la siguiente manera:



Figura 15. *Diseño de volante publicitario*

La imagen cuenta con la línea gráfica que se ha venido manejando en el sitio web; tiene el logo que representa este proyecto; y brevemente se menciona en qué consiste esta plataforma y en específico a quienes va dirigido; por último, tiene un código QR que le da el acceso al sitio web.

7. Conclusiones y resultados

Con la realización de este trabajo, se pudo analizar la idea de que la educación ha ido evolucionando al paso de la tecnología, a tal punto de implementar herramientas que conviertan el aprender, en una actividad agradable. Por lo tanto, esta idea se adecuaba a la problemática planteada y nos permitiría encaminar el proyecto en crear y diseñar una herramienta, teniendo muy en cuenta algunos ejemplos ya desarrollados debido al avance tecnológico, que se han implementado también en el ámbito educativo.

Para llevar a cabo este trabajo, utilizamos una metodología de investigación cualitativa que consideramos efectiva, debido a que se logró cumplir los objetivos planteados inicialmente. En el primer objetivo, se requería caracterizar los conceptos del campo de la Transmedia que fueran aporte importante al proceso de aprendizaje de los estudiantes de la Tecnología en Producción Transmedia, esto, debido a que teníamos la hipótesis desde nuestra experiencia en la carrera, que debido a que existía un vacío con respecto al conocimiento que nos estaban transmitiendo con el concepto principal, que era “Transmedia” y a su vez conceptos que se desplegaba de este, lo que nos lleva a plantear el punto de que los estudiantes merecen tener educación de calidad; por lo tanto, en el paso de la investigación aparte de la Transmedia, se mencionan los conceptos como la Crossmedia, Hipermedia y multimedia, que al identificarlos nos da paso a estructurar las preguntas que van en la encuesta realizada a los estudiantes. Acto seguido, el resultado de las encuestas a 15 estudiantes de diversos semestres de la carrera nos permitió saber que el conocimiento sobre Transmedia del 67% de los estudiantes encuestados, al iniciar, no tenían una idea clara de este, ya teniendo estos resultados, ahora solo buscábamos saber si en el transcurso de la carrera ese concepto logra tener una claridad, lo que nos permitiría confirmar la

hipótesis que se tenía, por lo tanto, en la misma encuesta se realiza la pregunta: “¿Cuál es tu percepción ACTUAL del concepto Transmedia?”, obtuvimos como resultado que el 33% expresan que de cierta manera sigue siendo algo confuso y hace falta ampliar este concepto. Lo que nos deja en claro que sí es necesario fortalecer conceptos.

Como segundo objetivo, se requería elaborar un perfil tipo buyer persona para conocer el público objetivo que consumiría la herramienta, por lo tanto, para obtener los resultados, se indagó y se tomaron ideas de proyectos que enfatizaban en este tema lo que se tomó como guía para llevar a cabo las preguntas de edad, género, intereses, objetivos con la carrera y hobbies, en la misma encuesta ya mencionada; obteniendo al final el resultado del público objetivo.

Antes de llevar a cabo el último objetivo, se tenía en cuenta que entre tantas herramientas desarrolladas para el proceso pedagógico, nos enfocamos en el MOOC, debido a que nos llamó la atención, que es una herramienta bastante implementada en grandes Universidades de otros países, pero no en Colombia; lo consiguiente, se pudo confirmar con los estudiantes de Producción Transmedia a través de la encuesta realizada, en donde se preguntaba si tenían conocimiento de “¿qué era un MOOC?” y se obtuvo que el 93% de los encuestados, no han indagado este tipo de plataformas; por lo cual, como se expresa inicialmente se convertía en motivación para que ellos conocieran este tipo de plataformas y a su vez se aprovechara. Ya teniendo en cuenta esto, el tercer objetivo era establecer los recursos que se precisaban para llevar a cabo la producción y creación del MOOC, el último objetivo era la etapa de producción, al conocer el público objetivo, nos permitiría tener una idea de que sería atractivo visualmente para los estudiantes y se desarrolla identidad visual del MOOC, mapa de navegación en el sitio web, contenido,

recursos gráficos, teniendo como resultado el producto final para los estudiantes. Cabe recalcar que, para el desarrollo se tuvo muy en cuenta ejemplos de sitios que ya tuvieran un enfoque en este tema, porque de cierta manera es una herramienta que requiere de mucho tiempo e ideas, para lograr que se visualice un espacio interactivo y atrayente.

Finalmente, debido a que se logró el objetivo que teníamos del desarrollo de un MOOC, consideramos que queda como una propuesta abierta a que la Universidad analice sí es una herramienta factible de implementar, también se abre a la posibilidad de recibir sugerencias o recomendaciones que sean cada vez más beneficiosas para seguir forjando un espacio enriquecedor. El hecho de que la misma Universidad o institución, haga la inversión para el desarrollo de un MOOC u otra plataforma, es de motivación para que los estudiantes dediquen de su tiempo a la práctica de estos recursos, que no lo vean como una práctica obligatoria, sino más bien como una práctica dinámica, que de cierta manera aportará al proceso de su aprendizaje.

8. Referencias Bibliográficas y anexos

Alan cooper. (s/f). Pearsoncmg.com. Recuperado el 20 de abril de 2023, de

<https://ptgmedia.pearsoncmg.com/images/9780672326141/samplepages/0672326140.pdf>

Abacoenred.com. (S/f). Recuperado el 27 de abril de 2023, de [https://abacoenred.com/wp-](https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf)

[content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf](https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf)

César, P., Cañizález, T., Kendry, J., & Beltrán, C. (s/f). Tecnología educativa y su papel en el logro de los fines de la educación. Redalyc.org. Recuperado el 5 de octubre de 2022, de <https://www.redalyc.org/pdf/356/35652744004.pdf>

Cristina, A., & Ladino, C. (s/f). PROYECTO EDUCATIVO BASADO EN LAS NARRATIVAS TRANSMEDIA PARA POTENCIAR LAS COMPETENCIAS DE COMPRENSIÓN LECTORA EN ESTUDIANTES DE GRADO OCTAVO DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA JORGE ELIÉCER GAITÁN DE LA CIUDAD DE PEREIRA. Edu.co. Recuperado el 31 de octubre de 2022, de <https://repositorio.utp.edu.co/server/api/core/bitstreams/31c70061-9392-43dd-8d3b-65092df94cb6/content>

Compartirpalabramaestra.org. (S/f). Recuperado el 15 de noviembre de 2022, de <https://www.compartirpalabramaestra.org/recursos/infografias/cuales-son-los-tipos-de-mooc>

Comunicación crossmedia o transmedia. (s/f). Edu.ec. Recuperado el 15 de noviembre de 2022, de <https://noticias.utpl.edu.ec/comunicacion-crossmedia-o-transmedia>

Costa, M. (2018, febrero 21). El conectivismo y los MOOC. eLearning Actual. <https://elearningactual.com/mooc-conectivismo/>

Crehana.com. (S/f). Recuperado el 26 de abril de 2023, de <https://www.crehana.com/blog/estilo-vida/psicologia-del-color/>

Del Castillo Diego Fernando Sánchez Villaquirán, J. G. C. (n.d.). “PROPUESTA DE SITIO WEB INSTITUCIONAL ESPECÍFICO PARA LA CARRERA DE DISEÑO

DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA.” Edu.Co. Retrieved May 24, 2023, from <https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/4949/TDG01324.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Edu.co. (S/f). Recuperado el 31 de octubre de 2022, de https://www.funlam.edu.co/uploads/fondoeditorial/218_Transmedia_literacy_e_intertextualidad.pdf

Edu.co. (S/f). Recuperado el 31 de octubre de 2022, de <https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/6454/Metodolog%20c3%ada%20para%20el%20dise%20c3%b1o%20y%20creaci%20c3%b3n%20de%2030%20MOOC%20basado%20en%20gamificaci%20c3%b3n%20y%20m-learning%20para%20la%20formaci%20c3%b3n%20docentes%20universitarios%20en%20el%20Departamento%20de%20Antioquia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Edu.uy. (S/f). Recuperado el 11 de noviembre de 2022, de <https://ie.ort.edu.uy/innovaportal/file/73018/1/perspectivas-de-unesco-y-oei-vaillant-rodriguez.pdf>

Idus.us.es. (S/f-b). Recuperado el 15 de noviembre de 2022, de https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/25612/Las_tipologias_de_MOOC-2.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Jenkins, H., Scolari, C. A., & Transmedia, N. (s/f). Edu.uy. Recuperado el 31 de octubre de 2022, de <https://www.fadu.edu.uy/estetica-diseno-ii/files/2013/05/119756745-1r-Capitulo-Narrativas-Transmedia.pdf>

Lieu, A. (2019, junio 5). Qué es un MOOC - Definición y características. Apolearn.

<https://apolearn.com/es/mooc-definicion/>

Mercado masivo de cursos abiertos en línea. (s/f). Mordorintelligence.com. Recuperado el

11 de noviembre de 2022, de <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/massive-open-online-course-mooc-market>

Minutti, I. R. (2014, septiembre 23). ¿Qué es Cross-Media? Epireality.

<https://epireality.wordpress.com/2014/09/23/cross-media-definicion/>

MULTIMEDIA. (s/f). Binasss.sa.cr. Recuperado el 15 de noviembre de 2022, de

<https://www.binasss.sa.cr/revistas/enfermeria/v24n1/art7.htm>

Multimedia. (s/f). Concepto. Recuperado el 15 de noviembre de 2022, de

<https://concepto.de/multimedia/>

Marketing-gps.com. (S/f). Recuperado el 18 de abril de 2023, de [https://marketing-](https://marketing-gps.com/wp-content/uploads/2018/12/buyer-persona-ebook.pdf)

[gps.com/wp-content/uploads/2018/12/buyer-persona-ebook.pdf](https://marketing-gps.com/wp-content/uploads/2018/12/buyer-persona-ebook.pdf)

Prosumidores. (s/f). Transmedia Wiki. Recuperado el 31 de octubre de 2022, de

<https://transmedia.fandom.com/es/wiki/Prosumidores>

Puello, D. A. C. (2021, abril 23). Tecnologías de la información en la educación -

UTB. UTB. <https://www.utb.edu.co/es/blog/las-nuevas-tecnologias-de-informacion-y-comunicacion-tic-aplicadas-en-contextos-sociales-y-educativos/>

Pérez Porto, J., Gardey, A. (30 de marzo de 2020). Definición de hipermedia – Qué es, significado y concepto. Definición de. Recuperado el 14 de noviembre de 2022, de <https://definicion.de/hipermedia/>

Revista De Currículum, P. (s/f). Redalyc.org. Recuperado el 5 de octubre de 2022, de <https://www.redalyc.org/pdf/567/56730662002.pdf>

Santos, D. (2023, febrero 28). *Qué es un mapa de navegación web y cómo crearlo (con ejemplo)*. Hubspot.es. <https://blog.hubspot.es/website/mapa-navegacion-web>

Tellería, María Begoña. (2009). Las nuevas tecnologías: posibilidades para el aprendizaje y la investigación. *Teoría y Didáctica de las Ciencias Sociales*, 15, 479-502

Transreads.org. (S/f-c). Recuperado el 31 de octubre de 2022, de https://transreads.org/wp-content/uploads/2022/04/2022-04-01_62471ad58da95_TransmediaFrictionsTheDigitaltheArtsandtheHumanitiesbyMarshaKinderTaraMcPhersoneds.z-lib.org_.pdf

Tecnología. (s/f). Concepto. Recuperado el 11 de noviembre de 2022, de <https://concepto.de/tecnologia/>

Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC). (s/f). Gov.co. Recuperado el 11 de noviembre de 2022, de <https://mintic.gov.co/portal/inicio/Glosario/T/5755:Tecnologias-de-la-Informacion-y-las-Comunicaciones-TIC>

Taylor y R. Bogdan., P. S. J. (s/f). Introducción a los métodos cualitativos. Wordpress.com.

Recuperado el 27 de abril de 2023, de

<https://asodea.files.wordpress.com/2009/09/taylor-s-j-bogdan-r-metodologia-cualitativa.pdf>

Ucol.mx. (S/f). Recuperado el 15 de noviembre de 2022, de

https://portal.ucol.mx/content/micrositios/260/file/conectivismo_resena.pdf

Wordpress.com. (S/f-b). Recuperado el 31 de octubre de 2022, de

<https://stbngtrrz.files.wordpress.com/2012/10/jenkins-henry-convergence-culture.pdf>

Anexos

Anexo A. Encuesta a estudiantes de Producción Transmedia, en Google Forms

(Formulario: <https://forms.gle/PLoipgLjny9UxSb19>)

9. Cronograma de trabajo

ACTIVIDADES		FECHA
Replanteamiento del Proyecto	A partir de la fecha se empieza a reestructurar la idea principal del proyecto, modificando Experiencia Bibliográfica y Planteamiento del problema.	14/02/2023 - 28/02/2023
Planificación de Objetivos	Se realizó proyección de los objetivos específicos y el objetivo general, la finalidad del proyecto	07/03/2023 - 14/03/2023

Investigación de Conceptos	Se da paso a la realización del Marco Teórico-Conceptual, a través de investigación a diversos autores y fuentes.	14/03/2023 - 28/03/2023
Fuentes relevantes	Se menciona "Antecedentes de investigación"	28/03/2023
Investigación sobre el MOOC	Investigando sobre el MOOC, se da paso a obtener el conocimiento de cómo se puede llevar a cabo esta plataforma.	28/03/2023
Diseño de Plataforma	Desde este punto, se realiza en la página Wix, el diseño de la plataforma y a su vez, se realiza el diseño del logo, siendo representación de este proyecto	04/04/2023 - 11/04/2023
Investigación de Contenido	Investigación del contenido que estará en el MOOC, teniendo en cuenta el enfoque de nuestro proyecto.	11/04/2023 - 18/04/2023
Finalización de trabajo escrito	Se da paso a la "Metodología basada en la creación", junto con sus respectivas conclusiones y referencias bibliográficas, por lo cual se han ido recogiendo a lo largo de la realización del proyecto. Por último, anexamos la identidad visual del MOOC	18/04/2023 - 25/04/2023