

## La transmedia en el ámbito universitario. El caso de navegantes: relatos interconectados

Maribel Salazar Estrada<sup>1\*</sup>; Brayan Alexis Zapata Restrepo<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Magíster en Comunicación, Educación y TIC. Especialista en Gerencia de la Comunicación con Sistemas de Información. Comunicadora gráfica Publicitaria.

Profesor de cátedra Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid y Universidad de Antioquia

<sup>2</sup>Magíster en Historia del Arte, Comunicador Audiovisual y Multimedial

Profesor de Cátedra ITM y Universidad de Antioquia

**Resumen:** Navegantes: relatos interconectados fue una estrategia transmedia educativa creada desde Ude@ Educación Virtual de la Vicerrectoría de Docencia de la Universidad de Antioquia. Esta estrategia buscó indagar cómo en los años 2020 y 2021, a causa de la emergencia sanitaria originada por el covid-19, la comunidad universitaria tuvo que adoptar rápidamente la tecnología para estudiar, aprender y trabajar. El objetivo del presente artículo es presentar la implementación de la estrategia, la cual tuvo más de 1000 participaciones directas a través de los canales físicos y análogos dispuestos con ese fin y permitió reflexionar sobre los rostros detrás de las transformaciones que atravesó la Universidad de Antioquia durante esos dos años. La sistematización de esta narrativa, los medios y las plataformas usadas en este proceso es un insumo valioso para futuros productores de este tipo de contenidos dentro de los espacios académicos.

**Palabras clave:** Transmedia educativa, Universidad de Antioquia, estrategia transmedia, narrativa transmedia, comunidad universitaria, diseño intertextual.

Recibido: 14 de octubre de 2022. Aceptado: 09 de diciembre de 2022

Received: October 14th, 2022. Accepted: December 09th, 2022

### Transmedia in the university environment. The case of navigators: interconnected stories

**Abstract:** Navegantes: relatos interconectados was an educative transmedia strategy created by Ude@ Education Virtual of Vicerrectoría de Docencia of Universidad de Antioquia. This strategy researched how university community felt the quick ICT adoption in order to continue studying and working, during 2020 and 2021, when the world went through the healthy crisis caused by COVID-19. The main objective of this article is to present the implementation of the strategy, which was successful and achieved around 1000 participations through different medias. The systematization of storytelling, medias, and platforms used in this strategy are an important source of information for other transmedia creators.

**Keywords:** Educative Transmedia, Universidad de Antioquia, Transmedia Strategy, Transmedia Storytelling, University Community, Intertextual Design.

## INTRODUCCIÓN

A partir de marzo de 2020, a nivel global la educación atravesó una drástica transformación a causa de la situación de salud pública originada por el covid-19. En el caso colombiano, durante casi cuatro meses hubo una cuarentena obligatoria, durante la cual aquellas personas cuyas labores no se tenían que desarrollar necesariamente de manera presencial debieron permanecer en sus casas, con el fin de evitar el contacto físico y disminuir los contagios. Si bien poco a poco se dio un regreso a la presencialidad, las actividades sociales se siguieron restringiendo hasta los primeros meses de 2022.

En el ámbito educativo este cambio significó que tanto profesores como estudiantes siguieran realizando sus actividades académicas mediante el uso de la tecnología; así mismo, los empleados administrativos también debieron cambiar su modelo de trabajo para realizar sus funciones desde la distancia. En la Universidad de Antioquia, las actividades presenciales se fueron retomando de manera paulatina a partir de agosto de 2020, primero con las actividades de laboratorios y otros quehaceres que era necesario realizar de manera presencial; sin embargo, solo hasta el primer semestre de 2022 se retomaron las clases presenciales en su totalidad y los empleados administrativos volvieron a sus oficinas físicas.

Ante este panorama, la comunidad universitaria tuvo que adoptar rápidamente las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) para seguir cumpliendo con los procesos académicos y administrativos de la Universidad. Gran parte de ese proceso estuvo a cargo de Ude@ Educación Virtual, unidad de la Vicerrectoría de Docencia encargada del

proceso de virtualización y apropiación de las TIC a las dinámicas de enseñanza y aprendizaje en la Universidad de Antioquia. Durante esos dos años, Ude@ se esforzó en ampliar su oferta formativa para profesores y estudiantes sobre el manejo de las TIC como herramientas digitales relevantes para la enseñanza y el aprendizaje.

Este fue un cambio abrupto para toda la comunidad universitaria: mientras para algunos significó una preocupación, ya que no sabían cómo relacionarse con sus estudiantes, profesores y compañeros a través de tecnologías y herramientas que desconocía, otras personas se sintieron felices, ya que pudieron compartir más con sus familiares o seres queridos, o ahorrarse varias horas de transporte público al día. Así, la manera como se enfrentó la transformación dependió del contexto de cada persona y de factores como la conexión, el número de equipos tecnológicos por familia, los espacios desde los que se podía trabajar o estudiar, o las situaciones personales que se vivieron mientras se desarrollaban las actividades académicas.

Recoger y compartir con la comunidad universitaria los testimonios de lo vivido durante estos dos años resultó de gran importancia para comprender el lugar de las TIC en esta transición que atravesamos en los procesos de enseñanza y aprendizaje, además de servir para reflexionar sobre las ventajas y los retos de la implementación de las tecnologías en los entornos académicos y laborales, aún después de retoman las actividades presenciales.

Con este objetivo, desde Ude@ Educación Virtual se creó Navegantes: relatos interconectados, una estrategia transmedia educativa que recogió los testimonios de las vivencias que tuvo la comunidad universitaria durante 2020 y 2021, prestando especial

atención a los retos enfrentados y al acompañamiento brindado para el uso de las TIC.

La implementación de una transmedia responde a dos razones: por un lado, la segmentación y distribución de los relatos en distintas plataformas (Jenkins, 2008), característica de este tipo de narrativas; por el otro, el papel activo de los usuarios, quienes participan compartiéndolas producciones y enriqueciendo la narración con sus propias creaciones (Scolari, 2013). Este texto pretende hacer una sistematización de la realización de esta estrategia transmedia que pueda servir de insumos a futuras producciones dentro del campo educativo.

El desarrollo de un proyecto transmedia implicó un acercamiento multidimensional alrededor de tres ejes: el narrativo, el mediático y el eje de la participación (Scolari, 2013). Desde el eje narrativo, Navegantes desarrolló un relato híbrido, a partir de la pluralidad de voces de las comunidades de la Universidad.

Este componente documental se enriqueció con un elemento ficcional que combina dichos relatos con la metáfora marítima del naufragio. Es importante anotar que un proyecto transmedia debe estar sustentado en la construcción de un universo completo (Lugo y Vásquez, 2016). Para el caso de Navegantes este proceso implicó encontrar los conflictos principales (mythos) que generaron la obligatoriedad de una vida mediada por las TIC, así como el establecimiento de una ubicación geográfica e histórica (topos) que combinara, por un lado, una ubicación real en la Universidad de Antioquia en el año 2022 y, por el otro, el espacio ficcional de un naufragio sin una ubicación temporal o histórica precisa. En cuanto al eje mediático, es importante planificar la manera como los distintos medios

se conectan entre sí y crear un diseño hipertextual que se adecue a las necesidades de un contexto académico. En este sentido, fue vital diferenciar dos formas como los medios se vinculan. De una parte, están aquellos que expanden la historia (Montoya y Arango, 2015); en el caso de Navegantes estos medios fueron afiches, videos con experiencias de la comunidad universitaria, piezas digitales, un tendedero y una puesta en escena en el espacio físico de la Universidad. De otra parte, otros medios hacen referencia al universo, pero no afectan su desarrollo narrativo, solo cumplen la función de darlo a conocer o facilitar la participación de los usuarios (Montoya y Arango, 2016), vinculándose más a lo que Scolari (2013) llama el eje de la participación. Respecto a estos últimos medios, en el caso de Navegantes se dispuso de un micrositio y se realizaron publicaciones en redes sociales, entradas a blogs y portales web.

El uso de esta transmedia permitió entonces reconocer los aprendizajes y compartir una mirada humana sobre las dificultades que la pandemia trajo a la comunidad universitaria más allá de lo puramente académico. Además, esta estrategia deja abierta una invitación a seguir explorando las posibilidades de este tipo de relatos en el ámbito universitario y establece un modelo de trabajo sobre cómo generar este tipo de contenidos, en el cual se ahonda con mayor precisión en los siguientes apartados.

## METODOLOGÍA

Al momento de determinar una metodología para el desarrollo de Navegantes: relatos interconectados, fue de gran importancia el texto *Narrativas transmedia* (Scolari, 2013), donde se describen seis ejes básicos en este tipo de proyectos: narrativa, experiencia, audiencias, medios o plataformas, modelos

de negocio y ejecución. Estos ejes se complementan con los expuestos en el libro *Contar (las) historias: manual para experiencias transmedia sociales* (Ardini et al., 2018), que plantea cuatro ejes claves para desarrollar una estrategia transmedia: el *eje de la participación* —el cual se pregunta por los usuarios a los que está dirigida la estrategia—, el *eje narrativo*, el *eje mediático* y el *eje de la experiencia*. A continuación, se presenta con más detalles uno a uno.

Sobre el eje de las audiencias, se encontró que los usuarios de *Navegantes* eran estudiantes activos de pregrado y posgrado de la Universidad de Antioquia en sus distintas sedes; los profesores de planta, ocasionales o catedráticos y el personal administrativo de todas las sedes de la institución. Dada esta multiplicidad del público objetivo de *Navegantes*, fue necesaria una segmentación de formatos y lenguajes para cada una de las audiencias.

En cuanto al eje narrativo, vale la pena aclarar que la construcción de una narrativa transmedia se diferencia de la narración clásica. Nohemí Lugo y María José Vásquez (2016) señalan que “uno de los cambios importantes en las tendencias de los estudios sobre NT [narrativas transmedia] es observar el diseño narrativo desde la construcción de mundos en lugar de historias” (p. 36). Estas autoras destacan la importancia de un universo transmedia coherente e inteligible, a partir del cual se deriven diversas historias y personajes. Para lograr que el universo de *Navegantes* tuviera estas características, se consideraron en su creación tres elementos: el *mythos*, el conflicto que define el relato; el *topos*, la localización geográfica e histórica y el *ethos*, las normas o códigos de comportamiento que rigen ese mundo.

En cuanto al *mythos*, el conflicto de *Navegantes* se representó por los miedos y los retos que atravesaron los profesores, estudiantes y administrativos de la Universidad de Antioquia durante 2020 y 2021. Este primer componente documental se enriqueció a partir de la ficción, ya que se construyó un arco narrativo para cada uno de los relatos: primero se enfatizó en el choque que significó la abrupta adopción de las TIC en las labores académicas y laborales; posteriormente, se mostró cómo cada miembro asumió esta situación y, finalmente, se evidenció cómo fue el retorno a la presencialidad y cuáles aprendizajes se adquirieron. Estas experiencias se vincularon con la metáfora del naufragio que luego de zozobrar aprende a navegar y, finalmente, regresa a casa.

En cuanto al *topos*, se fusionaron la ubicación de la Universidad de Antioquia en la actualidad y el espacio ficcional de un naufragio situado en un ambiente marítimo, cuya ubicación geográfica y temporal no se puede establecer con exactitud.

Finalmente, respecto al *ethos*, las reglas que gobiernan el universo de *Navegantes* fueron similares a las de la cotidianidad, aunque se prestó especial atención a las consecuencias y contradicciones de la adopción de las tecnologías para trabajar, aprender, y enseñar. El uso de la metáfora del naufragio para unificar y enriquecer el componente documental también permitió establecer una identidad gráfica para cada una de las piezas y los contenidos construidos para la estrategia desde los distintos medios y plataforma.

Sobre los ejes mediáticos y de la experiencia, fue importante retomar los planteamientos de Montoya y Arango (2015), quienes señalan que los distintos medios que componen la transmedia no solo permiten una expansión

narrativa, sino otros tipos de relaciones que podríamos llamar paratextuales. Para ordenar visualmente este planteamiento, los autores diseñan un gráfico en el que los elementos narrativos se sitúan en el eje horizontal, mientras que los elementos paratextuales lo hacen en el eje vertical. La Figura 1 presenta la adaptación de este modelo para la estrategia. Los medios que expanden la narrativa se incluyeron en el eje horizontal y se organizaron cronológicamente, además se ordenaron en tres momentos narrativos: Naufragio, Aprendiendo a navegar y Volver a casa. A continuación, se explican los elementos mediáticos usados en cada fase.

### **Naufragio**

Para recopilar las primeras experiencias de profesores, estudiantes y administrativos, se creó un formulario en Google y un tablero digital en Pallet, en los que los participantes respondieron algunas cuestiones como:

“¿Qué sentiste cuando supiste que todas tus actividades académicas y laborales iban a desarrollarse con asistencia de las TIC?”

¿Tienes alguna anécdota graciosa, triste, memorable o extraña sobre tus labores académicas o administrativas desarrolladas con asistencia de las TIC?

¿Le dejarías algún mensaje a estudiantes, profesores o administrativos sobre lo que vivimos en los últimos dos años?”

Posteriormente, se realizó un primer webisodio, el cual narró el relato de los primeros “navegantes”: un profesor, una estudiante y un administrativo contaron los retos enfrentados al realizar los procesos de enseñanza y aprendizaje o los procesos laborales a través de las TIC. Las historias más significativas recolectadas a través del

formulario y del Padlet se compartieron en redes sociales. Estas publicaciones también invitaban a las audiencias a conocer un poco más de Navegantes: relatos interconectados.

### **Aprendiendo a navegar**

En este momento narrativo de la estrategia se realizaron contenidos audiovisuales para hacer hincapié en los aprendizajes obtenidos por la comunidad universitaria; en ellos, cada participante grabó un pequeño video que cuenta sus sentires sobre la adopción de las TIC y sobre los aprendizajes con los que volvió a la Universidad luego de casi dos años estudiando y trabajando desde casa. Estos contenidos se recopilaron en un micrositio dentro de la página web de Ude@ y se difundieron a través de contenidos gráficos digitales e impresos.

Además del uso de medios digitales, Navegantes también le apostó al uso de medios análogos en los espacios físicos de la Universidad.

Así, se diseñó un tendedero en el que los profesores, estudiantes y administrativos pudieron compartir sus experiencias en pequeñas tarjetas que quedaron visibles a los demás miembros de la comunidad universitaria.

Por otro lado, con el fin de seguir retroalimentando la estrategia, se realizó una puesta en escena en la que un actor personificado como marinero compartió con la comunidad universitaria las participaciones y los mensajes recibidos a través del tendedero, el Padlet y el formulario de Google, y los invitó a que también compartieran sus sentires y experiencias sobre lo vivido en 2020 y 2021.

SISTEMA INTERTEXTUAL											
PARATEXTUAL	PLATAFORMAS	Micrositio	Webisodios	Webisodios Desahogadero y Mar Abierto	Piezas gráficas con experiencias de profesores, estudiantes y administrativos	Testimonios escritos de profesores, estudiantes y administrativos	Serie de 3 pódcast	Tendadero: Intervención en espacio público	Puesta en escena Navegantes	Talleres	Mural colectivo
		Cartelera	Webisodios/Micrositio								
		Portal Universidad de Antioquia	Webisodio/Mural								
		Correo electrónico	Webisodios/Tendadero/Mural /Talleres								
		Redes sociales	Webisodios/Tendadero/Mural /Talleres								
		Padlet	Tablero virtual								
		Google Forms	Fomulario								
		Blog	Webisodios								
	PRODUCTOS	Afiches	Webisodios/Talleres								
		Publicaciones e historias	Webisodios/Tendadero/Mural /Podcast								
		Entrada para blog	Webisodios/Tendadero/Mural								
		Tablero digital	Piezas gráficas con experiencias de profesores, estudiantes y administrativos								
		Fomularios	Testimonios escritos de profesores, estudiantes y administrativos								
		Entrada boletines	Webisodios/Mural/Talleres								
	RELACIÓN CON	Podcast/Piezas gráficas	Tendadero/Webisodios	Tendadero/Puesta en escena	Webisodios	Piezas gráficas y testimonios escritos	Piezas gráficas/ Testimonios escritos/ Talleres	Piezas gráficas/ Testimonios escritos/ Talleres	Tendadero/Puesta en escena/Talleres		
Documental MOV											
Momento narrativo			Naufragio			Aprendiendo a navegar			Volviendo a casa		
TIEMPO DE PRODUCCIÓN			mayo - julio de 2022	mayo - septiembre 2022	mayo - septiembre 2022	septiembre 2022	mayo-julio de 2022	junio - septiembre 2022	septiembre de 2022	octubre 2022	
EJE DIEGÉTICO											

Figura 1. Sistema intertextual de la estrategia Navegantes: relatos interconectados  
Fuente: Adaptado de Montoya y Arango (2015, p. 20).

## Volviendo a casa

Para esta etapa se realizaron talleres tanto presenciales como dirigidos a través de una plataforma digital. Los participantes de estos talleres pudieron compartir sus experiencias mediante la escritura creativa de diferentes tipos de texto —como cartas, cuentos y otro tipo de relatos— y la realización de memes. Para este espacio formativo se tomó como insumo el material gráfico realizado en los componentes anteriores de la estrategia, los cuales sirvieron como medios movilizados para la construcción de las nuevas historias.

En este momento también se realizó una serie sonora entre una profesora, una estudiante y una empleada administrativa; posteriormente, esta conversación se publicó a través de redes sociales en tres podcasts.

Finalmente, en un espacio físico de la Universidad se realizó una intervención tipo mural, en el que de manera colaborativa las personas plasmaron los aprendizajes adquiridos en los años 2020 y 2021. Con esta actividad se cerró la primera fase de la estrategia; sin embargo, espacios como el Padlet o el tendedero se dejaron abiertos.

## DESARROLLO DE CONTENIDOS

### ¿Qué entendimos por transmedia?

Podemos definir la transmedia como un tipo de historia que se cuenta a través de múltiples medios, tanto los análogos como los digitales, para alcanzar diferentes audiencias y facilitar su participación en la construcción de dicha narrativa; por esto fue el formato elegido para materializar la estrategia.

Los argentinos Exequiel Alonso y Viviana Alejandra Murgia (2018) comprenden la

narrativa transmedia como un relato que se desarrolla en diferentes plataformas o medios. Es necesario aclarar que el componente mediático depende de los requerimientos y el desarrollo de la narrativa. En ese sentido, Basaraba et al. (2019) añaden que “cada micro-narrativa en una transmedia puede entenderse en sí misma, pero que también añade valor al macrosistema narrativo. La transmedia también es participativa/interactiva porque la audiencia experimenta placer al recolectar y unir las piezas de las distintas narrativas” (pp. 11-12). Se entiende entonces que cada componente de una narrativa transmedia se puede consumir de forma independiente, pero todos deben ser entendidos transversalmente. Sobre el componente mediático, el norteamericano Henry Jenkins (2008) explica que cada micronarrativa contribuye a la historia y expande nuestra comprensión del universo creado.

De otra parte, se pueden distinguir dos formas como los medios se vinculan a la narrativa: la expansión y la comprensión (Montoya y Arango, 2015, p. 19). Los medios que amplían la historia tocan directamente al universo diegético y lo enriquecen con nuevas posibilidades, mientras que hay otros medios que se vinculan al universo narrativo sin afectarlo, cumpliendo la “función de propagación del sistema general de productos transmedia” (Montoya et al., 2013, p. 148).

La importancia de estos medios radica en la posibilidad que brindan de comunicar y dar a conocer las estrategias puramente diegéticas planteadas, además de las posibilidades de participación establecidas. Por ejemplo, respecto a la creación de narrativas transmedia, Anahí Lovato (2015) indica que “otra cuestión fundamental en estas narrativas es el diseño de las estrategias comunicacionales. Las mismas

requieren del diseño de experiencias de usuario, considerando la sincronización de los contenidos que componen el universo narrativo y habilitando, asimismo, canales de participación” (p. 36).

El papel activo de las audiencias en la construcción de las narrativas transmedia es otro punto importante en esta discusión. El argentino Carlos Scolari (2013) describe la transmedia como “un tipo de relato donde la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación, y en el cual una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión” (p. 41). Por su parte, Alonso y Murcia (2018) agregan que:

La segunda característica fundamental de este tipo de narrativas es que no puede pensarse sin la posibilidad de que los usuarios (o fans) sean parte de la historia, compartiendo producciones creadas por ellos que se suman a ese universo narrativo en sitios web, blogs, videos de YouTube, etc. (p. 204).

Esta participación mucho más activa se vincula con el término prosumidor, un tipo de usuario que no se limita a descifrar el mensaje que los medios contienen, sino que lo expande y participa en su construcción. Higuera (2019) amplía el significado del término al afirmar: “este ciudadano es capaz no solo de procesar los mensajes, sino de ir en busca de ellos, intervenirlos o producirlos; es por ello que se habla ahora de un usuario empoderado que realimenta el proceso comunicacional” (p. 183).

A la hora de pensar una narrativa transmedia, es importante tener en cuenta la participación de los usuarios en su diseño, para así facilitar el intercambio de ideas entre audiencias y creadores. Para Navegantes: relatos interconectados esta característica resultó muy importante a la hora de recopilar la

mayor cantidad de experiencias posibles; por esta razón, su desarrollo se basó en un relato complejo y plural sobre las vivencias que atravesaron profesores, estudiantes y administrativos durante los dos años en los que debieron desarrollar sus actividades desde sus casas.

### **La transmedia en el contexto educativo**

Teniendo en cuenta el desarrollo de acelerados avances tecnológicos, la aceptación y reconstrucción de contextos culturales y las distintas formas de aprendizaje, se hace necesario fortalecer el uso de los medios digitales en el campo educativo; sin embargo, el uso de recursos análogos y digitales en el aula también puede nutrir los procesos de enseñanza-aprendizaje para que estos respondan a estándares pedagógicos que garanticen la interiorización de contenidos académicos. Para satisfacer esta necesidad podemos recurrir a las narrativas transmedia.

Dado que estas narrativas son sistemas construidos mediante la participación colaborativa y la integración de diferentes estrategias, medios, recursos y plataformas para orientar los contenidos (Peraza, 2021), representan un evidente impulso para la educación, en la medida en que ayudan a focalizar las distintas formas de aprendizaje con las que crecen y a las que se adaptan los estudiantes y ambientes cocreadores entre profesores y estudiantes.

En este sentido, las narrativas transmedia en la educación representan un tipo de relato que se diversifica en distintos medios con el objetivo de dirigir la enseñanza a través de estrategias colaborativas para reestructurar las ideas, el aprendizaje y la interacción en el aula. Sin embargo, la comprensión de los contenidos y la dinamización de los espacios educativos no solo depende de la narración



de relatos en distintos medios digitales, su adaptación también requiere una gestión estratégica acorde con la necesidad educativa y con la aplicación de procesos de seguimiento y evaluación que respondan a los objetivos y las competencias planteadas.

De esta forma, es necesario comprender que las tecnologías son mecanismos mediadores del aprendizaje y del conocimiento. No obstante, más importante que lo mediático es la comprensión narrativa del proceso de enseñanza: “En las clases se enseña claramente en forma narrativa. Los relatos se usan en clase para convencer, entretener, intrigar, explicar, impresionar, teorizar y crear vínculos. Entendemos la narración como una voz dentro de un contexto cultural” (Santoveña-Casal, 2019, p. 26).

En los procesos educativos, al traducir las narrativas transmedia es cuando encontramos contenidos expresados en e-books, pódcast, aplicaciones, juegos, blogs, redes sociales, plataformas interactivas, espacios VR, entre otros.

En resumen, las narrativas transmedia no solo encapsulan las diversas formas de representar un relato, sino que esa diversificación permite la integración de distintas rutas de aprendizaje que dan cabida a la interpretación de un contenido a través de distintos recursos. Es así como el estudiante y el docente pueden encontrar en la transmedia una solución a la diversidad de mentes y espacios en los que se presenta el aprendizaje.

Precisamente por el potencial educativo de la transmedia se explica que, aunque Jenkins (2008) haya acuñado el término narrativa transmedia en relación con los grandes conglomerados mediáticos estadounidenses, los alcances de sus planteamientos se han

ampliado a otros campos, entre ellos el educativo. Al respecto, Scolari también señala que es en las universidades latinoamericanas donde más se ha estudiado la transmedia en la región (Scolari et al. 2019; Scolari, 2018).

Para mencionar algunos casos de este tipo de narrativas en Latinoamérica, la profesora Anahí Lovato (2015), junto con un equipo de estudiantes y profesores de la Universidad Nacional del Rosario en Argentina, creó una metodología que acerca los planteamientos de Jenkins a proyectos de corte más documental, como *Mujeres en venta*, una transmedia que presenta una cuidada investigación sobre la trata de personas en Argentina a través pódcast, textos escritos, videos para móvil entre otros.

En ese mismo orden de ideas, el artículo “Educación transmedia” (Scolari et al, 2019) presenta las posibilidades que ofrece la narrativa transmedia en el desarrollo curricular en una escuela secundaria, argumentando que el uso de la narrativa transmedia en el aula de clase permite que los estudiantes se interesen más en los temas abordados. También se destaca el libro *Adolescentes, medios de comunicación y culturas colaborativas* (Scolari, 2018), que presenta más de diez experiencias transmedia aplicadas en los procesos formativos en escuelas primarias y secundarias. Además de exponer las ventajas que ofrece el uso de narrativas transmedia en los procesos académicos, el libro gira en torno al término de alfabetización transmedia, el cual resulta fundamental para entender la relación de la transmedia con los procesos académicos. Allí Scolari plantea que “hay una gran distancia entre las prácticas tecnológicas y mediáticas de los jóvenes de hoy y el sistema escolar” (p. 20). En ese sentido, la alfabetización digital no se trata de un proceso tecnológico, sino que se relaciona

más con las competencias que los usuarios requieren para participar activamente de una narrativa transmedia; de igual forma, este concepto se relaciona con la formación de un criterio fundamentado hacia estas nuevas formas de narrar y relacionarse.

Jenkins et al. (2009) destacan algunos aspectos de esta alfabetización, como la navegación transmedia o la capacidad de los nuevos usuarios de adoptar una manera secuencial y multimodal de leer los relatos presentados en distintas plataformas, de una forma que rompe con la linealidad de la lectura tradicional. De otra parte, un prosumidor también debe estar en la capacidad de producir contenidos que ayuden a ampliar el relato; al respecto, González-Martínez et al. (2018) agregan:

La alternancia entre consumo y producción nos lleva al contexto en el que esto se produce, un contexto social y no individual y, por tanto, es imprescindible valorar la importancia de las habilidades que tienen que ver con la colaboración y con la interacción en esta cultura participativa. (2018, p. 30).

Un último aspecto de la alfabetización transmedia es la forma de entenderla producción y el consumo no desde un enfoque personal, sino desde una visión colectiva y plural que favorece el ejercicio de la ciudadanía consciente por medio del desarrollo del activismo transmedia (González-Martínez, 2018).

### **Sobre el flujo de trabajo**

La estrategia transmedia Navegantes: relatos interconectados le apostó a realizar una colección de relatos de no ficción de los estudiantes, administrativos y profesores de la Universidad de Antioquia, quienes se conectaron a través de la metáfora del naufragio; dichos relatos se recogieron y compartieron con la comunidad académica a

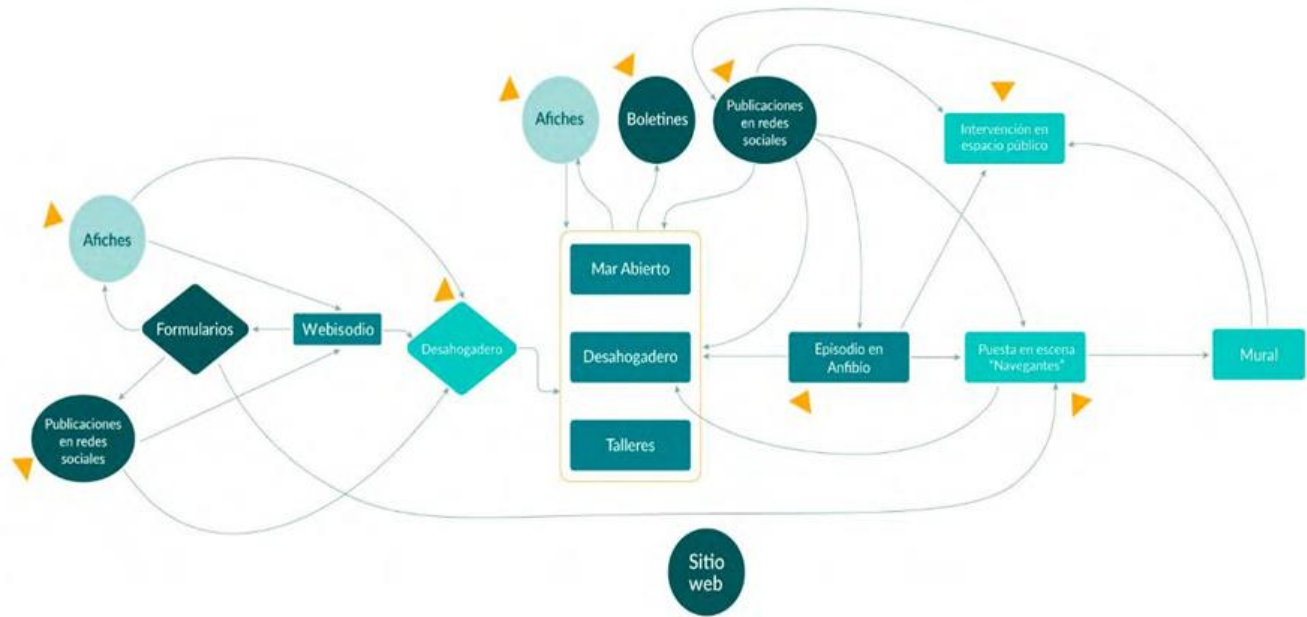
través de plataformas análogas y medios digitales, lo que permitió una retroalimentación constante. La Figura 2 presenta el flujo de la experiencia y la distribución mediática de Navegantes. Los triángulos amarillos representan puntos de entrada del usuario, las líneas muestran la relación entre un contenido mediático y otro, las piezas oscuras representan contenidos paratextuales que no expanden el contenido narrativo, las piezas aguamarina son contenidos y expansiones en el espacio físico y las piezas más claras son contenidos digitales que expanden la narrativa.

Luego de definir el diseño intertextual y la propuesta narrativa presentada en Navegantes podemos analizar con más detalle el flujo metodológico de algunos de sus componentes mediáticos. Es importante mencionar que el equipo detrás de la estrategia estuvo compuesto por diseñadores, realizadores audiovisuales, guionistas y correctores de estilo.

### **Formulario en Google y tablero en Padlet**

Los primeros elementos que constituyeron la puerta de entrada para los usuarios a la narrativa fueron un formulario en Google y un tablero en Padlet. Se comenzó creando las preguntas orientadoras que dirigieran la participación del público hacia los intereses específicos de la estrategia. El diseño de este formulario también permitió segmentar los públicos e identificar cómo las experiencias de profesores, estudiantes y administrativos variaban o coincidían en la manera de afrontar este cambio. Las preguntas debían ser personalizadas, por lo que se creó una tabla para diferenciar cuáles preguntas irían destinadas a que población.

Esta tarea estuvo a cargo del equipo creativo y pedagógico de la estrategia.



**Figura 2.** Flujo de experiencias  
**Fuente:** Elaboración propia.

En cuanto al Padlet, un tablero digital creado para recopilar respuestas de carácter más visual, se decidió establecer menos preguntas, por lo que se limitó a tres, de carácter más general y que permitieran que tanto profesores como estudiantes y administrativos se identificaran con ellas.

Luego de la definición de las preguntas se prosiguió a adaptar la identidad gráfica de Navegantes a las dos plataformas, así se creó un banner para el formulario en Google Forms, y un fondo y un ícono para el tablero en Padlet.

Además de diseñar estas herramientas, a través de las cuales los participantes pudieron dejar sus propias historias, también fue necesario difundirlas a través de los distintos medios físicos y digitales a los que se tuvo acceso. Así, se diseñó una estrategia comunicativa que diera a conocer Navegantes a la comunidad universitaria. Esta primera parte del trabajo fue realizada por el guionista del equipo, quien luego compartió las piezas con la correctora de

estilo para que finalmente tomaran forma en las manos del equipo de diseño y audiovisual.

En el caso de las piezas digitales publicadas en las redes sociales, estas vinculaban al formulario o al Padlet a través de un enlace, mientras que las piezas físicas contaban con un código QR con el mismo fin.

### Contenidos audiovisuales

Las participaciones que se esperaban recolectar no eran solamente escritas, sino también audiovisuales. Para incentivar la participación a través de este tipo de medios, dentro de la campaña de lanzamiento se incluyó también un primer webisodio en el que se presentaron ejemplos de narraciones audiovisuales por parte de profesores y estudiantes de la Universidad; estas intervenciones se desarrollaron también con la narrativa del naufragio que las une con los componentes gráficos de la estrategia.

El proceso de construcción de este webisodio implicó, en primer lugar, la construcción de un

guion que presentara los objetivos de la estrategia y la selección de tres testimonios que resultaran especialmente significativos para que pudieran servir como detonador para recopilar más experiencias. Posteriormente, este fue grabado y editado por el equipo audiovisual de Ude@ Educación Virtual.

A la hora de publicar estos contenidos audiovisuales, se invitaba a los participantes a compartir sus experiencias a través del Padlet o el formulario web. Gracias a esta constante invitación se lograron recopilar más de 80 intervenciones en video (de profesores, estudiantes y administrativos), en los que los participantes hablaron sobre el choque que significó empezar a trabajar, aprender y enseñar con apoyo de las TIC, sobre cómo fue el proceso de adaptación a esta situación, así como de los sentimientos que tuvieron al volver a la presencialidad.

Las publicaciones en redes sociales de videos y piezas gráficas con los testimonios audiovisuales y textuales recogidos a través de las distintas plataformas se mantuvieron por cerca de tres meses con una periodicidad de dos publicaciones semanales.

### **Estrategias de participación en espacios físicos**

Para poder recopilar historias de todos los miembros de la comunidad universitaria era necesario también tener en cuenta a las personas que no son tan cercanas al uso cotidiano de los medios tecnológicos —como profesores, administrativos y estudiantes de mayor edad o que habitan en territorios rurales con baja conectividad— o aquellos que, estando relacionados con la tecnología, no usan frecuentemente los canales digitales de Ude@ Educación virtual, a través de los cuales se distribuían los contenidos

anteriormente mencionados. Para abordar este tipo de público se establecieron entonces algunas estrategias de participación de carácter análogo.

La primera de ellas fue un tendedero, en el que los transeúntes de la Ciudad Universitaria pudieron dejar sus experiencias de manera escrita. Esta actividad se aprovechó para invitar directamente a las personas a que participaran también de los contenidos audiovisuales y contaran sus historias a través de videos, apoyados por el equipo creativo de Ude@ Educación Virtual. La programación de estos espacios implicó la creación de un dispositivo que permitiera a los transeúntes compartir sus historias y leer las de los demás participantes, al tiempo que pudiera unificarse narrativamente con el resto de los componentes de la estrategia. Fue así como se creó un tendedero en el que las personas podían dejar sus mensajes en pequeñas botellas de papel.

Otra de las estrategias establecidas fue una puesta en escena en la que un actor caracterizado como un navegante compartiría con los transeúntes de la Ciudad Universitaria los mensajes recogidos a través de los canales análogos y digitales. El funcionamiento de esta parte de la estrategia implicó, un primer momento, la selección de las frases y testimonios que fueran más significativos. Luego estas se graficaron e imprimieron a modo de postal.

Una vez definidos y diseñados los mensajes que se iban a entregar, el siguiente paso fue abrir una convocatoria para encontrar al actor que interpretaría al navegante. Para esto se diseñó una breve caracterización del personaje y se propuso un ejercicio de audición a través de correo electrónico en el que los interesados podían compartir una propuesta económica y enviar un corto video

con su versión del personaje, a partir de la breve caracterización que se les había compartido. Después de elegir al actor, se acordó un cronograma para realizar tres intervenciones dentro de la Ciudad Universitaria y se trazaron rutas para cada uno de estos días, de manera que el actor pudiera recorrer la mayor cantidad posible de facultades y unidades académicas y administrativas.

Además de compartir los mensajes recogidos, el personaje del navegante también fue un medio para invitar a la comunidad universitaria a participar de las otras actividades como los talleres presenciales o el mural físico.

Finalmente, otra actividad que vale la pena resaltar dentro del eje mediático de Navegantes es la actividad de cierre. Para esta se creó un diseño en un soporte de madera tipo mural que permitiera a los participantes conocer el desarrollo de la estrategia y, simultáneamente, plasmar los aprendizajes con los que volvieron a la presencialidad. Para facilitar la participación se diseñaron algunas indicaciones para que guiaran a los participantes y se compartió la invitación a esta actividad presencial a través de los distintos canales digitales con los que contaba Ude@.

## RESULTADOS Y DISCUSION

La estrategia Navegantes: relatos interconectados contó con más de 1000 participaciones a través de las distintas plataformas análogas y digitales destinadas para este fin. La mayoría de estas participaciones se concentraron en los canales digitales. Así, se tuvieron 592 participantes en el formulario web, 152 en el muro virtual construido a través de la herramienta Padlet, 27 participaciones en el

taller que se impartió a través de la herramienta Zoom y en el que se crearon piezas humorísticas con base en las experiencias recolectadas con anterioridad. Aunque las plataformas análogas también tuvieron un buen recibimiento, la participación por estos medios fue menor, así en el tendadero se recopilaron 155 historias de manera escrita. En cuanto a los contenidos audiovisuales, 80 personas se animaron a contar los aprendizajes y retos que tuvieron durante el periodo en cuestión.

A pesar de que la participación a través de los canales digitales fue mayor —794 participaciones frente a 262 que se realizaron a través de intervenciones físicas o análogas—, el uso de medios análogos también fue muy importante, ya que, como se mencionó anteriormente, permitió incluir en la estrategia a comunidades que no están tan acostumbradas al uso de la tecnología o que no interactúan con frecuencia con los canales digitales de Ude@ Educación Virtual.

Las experiencias recolectadas no solo variaron en su formato y duración, sino también en la manera como los distintos miembros de la comunidad universitaria expresaron cómo enfrentaron el cambio y las herramientas que tuvieron a su alcance para asumir los retos que esta transformación trajo consigo. Los sentimientos expresados fueron múltiples: algunas personas foráneas se sintieron felices de poder estudiar o trabajar desde sus lugares de origen y acompañados de su familia; otras personas se preocuparon por los compañeros que tuvieron que pasar el periodo de aislamiento lejos de sus hogares; muchas madres y padres se alegraron al poder compartir más tiempo con sus hijos, etc. Los distintos medios empleados evidencian, por un lado, la complejidad emocional que significó este cambio para toda la comunidad y, por el otro, las transformaciones que

enfrentó y sigue enfrentando la Universidad con el regreso a la presencialidad.

También es importante destacar el uso de estrategias más activas en la búsqueda de participación, como lo fue la puesta en escena con el actor que encarnó al navegante, quien compartió las historias recolectadas e invitó a los transeúntes del campus físico de la institución a participar y conocer la estrategia. Esta iniciativa no solo enriqueció a Navegantes con un personaje ficticio directamente relacionado con la metáfora del naufragio, sino que también permitió la participación de miembros de la comunidad universitaria a los que hubiera sido imposible llegar solo a través de las redes sociales.

## CONCLUSIONES

La implementación de Navegantes: relatos interconectados en el contexto académico de la Universidad de Antioquia muestra las posibilidades de crear estrategias educativas transmedia efectivas que permitan apuntar a un público diverso. Gracias a la implementación de los principios transmedia se pudo construir una narración plural en la cual pudieron participar las distintas comunidades de la Universidad. Esto también fue posible por el hecho de haber realizado una difusión a través de distintos medios, lo que permitió llegar a una audiencia más amplia y diversa que hubiera sido imposible de alcanzar a través de una estrategia comunicativa tradicional.

Uno de los principales retos de esta estrategia fue establecer un grupo de trabajo interdisciplinar que incluyera comunicadores, pedagogos, diseñadores, guionistas, realizadores audiovisuales y correctores de estilo. El trabajo transversal entre los distintos profesionales que hicieron

parte del equipo permitió que al momento de plantear la estrategia hubiera una consciencia sobre la realidad del contexto en la Universidad de Antioquia en la llamada “nueva normalidad”, por lo que se optó por una narración de carácter documental que respetara los distintos testimonios recogidos.

El trabajo interdisciplinar resultó fundamental para el logro de estos objetivos, pues se contó con profesionales que se encargaron tanto del diseño narrativo de la estrategia como de la realización audiovisual y el diseño de piezas gráficas y audiovisuales. El equipo creativo no se limitó a crear contenidos que expandieran la historia o la comunicaran, también hicieron las veces de curadores de aquellas participaciones que por su profundidad emocional o su potencial cómico se consideró importante transmitir por otros canales. Otro aspecto vital fue la constante retroalimentación entre las fases del proceso, lo que desembocó en la buena aceptación de la estrategia.

La elección del género narrativo implicó un trabajo conjunto en el que no solo fue necesario plantear un universo transmedia y facilitar diferentes canales de participación a los prosumidores, sino que también fue esencial la búsqueda activa de las vivencias de los miembros de la comunidad universitaria, la selección de los testimonios que pudieran ser más representativos y las plataformas a partir de las cuales estos testimonios se pudieran transmitir.

También se hizo necesario unificar toda la diversidad de relatos a través de la metáfora del naufragio. Mediante esta metáfora los profesores, estudiantes y empleados administrativos de la Universidad se convirtieron en navegantes que, luego de naufragar debido a la tormenta que generó el brusco cambio en su relación con la

Universidad, aprendieron a navegar gracias a las nuevas formas de relacionarse a través de las TIC, para finalmente poder volver a casa, es decir, a los espacios físicos de la Universidad. Este juego entre la ficción y la no ficción permitió que el equipo creativo pudiera producir toda una identidad visual y sonora de la estrategia que permitiera unir entre sí los distintos contenidos mediáticos.

En cuanto al eje mediático, fue vital el proceso escalonado en el que el equipo primero recogía las experiencias más significativas de entre las más de 1000 participaciones para luego elegir cuál era el medio más indicado para compartirlas. En ese sentido, fue muy importante tener un abanico de plataformas para la participación y la difusión de la estrategia, que incluyera tanto medios digitales (videos, redes sociales, tableros digitales o formularios web) como físicos (tendedero, puestas en escena, afiches, mural colectivo). También fue esencial tener en cuenta los contenidos mediáticos que posibilitaron invitar al público a participar de la estrategia, como afiches o formularios web, al igual que las piezas en las distintas redes sociales de Ude@ Educación Virtual, que resultaron tan importantes como aquellas que compartían los testimonios y expandían la narración.

La sistematización de Navegantes: relatos interconectados es una de las primeras experiencias en el campo académico latinoamericano y muestra las ventajas del uso de las estrategias transmedia en el campo universitario, dentro y fuera de las aulas.

## REFERENCIAS

Alonso, E. & Murgia V. A. (2018). Enseñar y aprender con narrativa transmedia. Análisis de experiencia en una escuela secundaria de

Argentina. *Comunicación y Sociedad*, (33), 203-222.

<https://doi.org/10.32870/cys.v0i33.7039>

Aranguren P., G. N. (2021). Rutas de aprendizaje en la construcción de narrativas transmedia aplicadas a aulas virtuales. *Revista Andina de Comunicación*, 4(1). 73-82.

<https://doi.org/10.32719/26312816.2020.4.1.9>

Ardini, C., Caminos, A., Ciolli, M. E., Colanti, M., Franco, S., Grosso, A., Gual, S., Manzanares, B., Mina, D., Mirad, N., Puechagut, S., Roisman, R., Ruiz, A., Secco, N. & Sevet, P. (2018). *Contar (las) historias: manual para experiencias transmedia sociales*. Conexión.

Basaraba, N., Conlan, O., Edmond, J. & Arnds, P. (2019). *Transmedia Storytelling and Cultural Heritage Tourism*. En Villa, M. I., Montoya Bermúdez, D. & Vásquez Arias, M. (Eds.), *Transmedia Earth Conference: medios, narrativas y audiencias en contextos de convergencia* (pp. 11-26). Editorial Eafit.

González-Martínez, J. G., Serrat-Sellanoban, E., Estebanell-Minguell, M., Rostan-Sánchez, C. & Esteban-Guitart, M. (2018). Sobre el concepto de alfabetización transmedia en el ámbito educativo. Una revisión de la literatura. *Comunicación y Sociedad*, (33), 15-40.

Higuita Olaya, D. (2019). Audiencias, ciudadanos y prosumidores en los medios digitales: el caso de Alexei Navalny y la Snow Revolution. En Villa, M. I., Montoya Bermúdez, D. & Vásquez Arias, M. (Eds.), *Transmedia Earth Conference: medios, narrativas y audiencias en contextos de convergencia* (pp. 183-203). Editorial Eafit.

Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.

- Jenkins, H., Purushotma, R., Weigel, M., Clinton, K. & Robison, A. J. (2009). *Confronting the Challenges of Participatory Culture. Media Education for the 21st Century.* The MIT Press.
- Lovato, A. (2015). Del periodismo multimedial al periodismo transmedia. Guiones para pensar nuevas narrativas. En Lovato, A. & Irigay, F. (Eds), *Producciones transmedia de no ficción. Análisis, experiencias y tecnologías* (pp. 33-53). UNR Editora.
- Lugo, N. & Vásquez, M. J. (2016). *Biblia transmedia para proyectos sociales (y puede aplicar para proyectos educativos y culturales).* Transmedia Storylab, Tecnológico de Monterrey.
- Montoya Bermúdez, D. & Arango Marín, M. (2015). Los sistemas intertextuales transmedia como estrategia pedagógica: De *The Walking Dead* a *La Odisea*. *Correspondencia & Análisis*, 5, 15-36. <https://doi.org/10.24265/cian.2015.n5.01>
- Montoya, D., Vásquez, M. & Salinas, H. (2013). Sistemas intertextuales transmedia: exploraciones conceptuales y aproximaciones investigativas. *Co-herencia*, 10(18), 137-159.
- Peraza, G. N. A. (2021). Rutas de aprendizaje en la construcción de narrativas transmedia aplicadas a aulas virtuales. *Revista Andina de Educación*, 4(1), 73-82. <https://doi.org/10.32719/26312816.2020.4.1.9>
- Santoveña-Casal, S. (Coord.) (2019). *Análisis de pedagogías digitales: Comunicación, redes sociales y nuevas tecnologías.* Ediciones Octaedro.
- Scolari, C. (2013). *Narrativa transmedia.* Deusto.
- Scolari, C. (Ed). (2018). *Adolescentes, medios de comunicación y culturas colaborativas. Aprovechando las competencias transmedia de los jóvenes en el aula.* Research and Innovation Actions.
- Scolari, C., Lugo, N. & Masanet, M. J. (2019). Educación Transmedia. De los contenidos generados por los usuarios a los contenidos generados por los estudiantes. *RLCS, Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 116-132. <https://www.revistalatinacs.org/074paper/1324/RLCS-paper1324.pdf>