



Institución  
**Universitaria**  
Reacreditada en Alta Calidad

Innovación Tecnológica con  
**Sentido Humano**

**Maestría en Gestión de la Innovación Tecnológica,  
Cooperación y Desarrollo Regional**

**Diseño de una estrategia de narrativa transmedia para la  
difusión de contenidos sobre procesos de Noviolencia en  
Medellín**

Modalidad de trabajo Profundización

**Estudiante**

**Juliana Salazar Sánchez**

Directora:

Laura Cristina Henao Colorado

**INSTITUTO TECNOLÓGICO METROPOLITANO  
FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
MEDELLÍN, COLOMBIA  
2025**

# **Diseño de una estrategia de narrativa transmedia para la difusión de contenidos sobre procesos de Noviolencia en Medellín**

**Estudiante  
Juliana Salazar Sánchez**

Trabajo de grado presentada(o) como requisito para optar al título de:  
**Magíster en gestión de la innovación tecnológica, cooperación y desarrollo regional**

Directora:  
MSc Laura Cristina Henao Colorado

**INSTITUTO TECNOLÓGICO METROPOLITANO  
FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
MEDELLÍN, COLOMBIA  
2025**

*Dedicatoria*

*A mi familia por su apoyo y amor incondicional, quienes siempre han creído en mí y me han impulsado a alcanzar mis sueños.*

*Dedico este trabajo a la **pasión por aprender**, a esas **horas de cabeza metida en el computador**, al **sacrificio silencioso** y a las **ganas de ir siempre más allá**. Es un homenaje a la valentía de fijarse una meta, de **soñar en grande** y de **no rendirse** hasta conseguirlo.*

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a mis profesores, profesoras, compañeras y compañeros de la maestría por sus enseñanzas, acompañamiento y apoyo constante; a mi directora por su soporte y orientación en el proceso; a las organizaciones Colombia Noviolenta, Indepaz, Mahatma Gandhi y Centro de Fe y Culturas por compartirme su valioso tiempo y experiencias de los proyectos que realizan de noviolencia y construcción de paz en Medellín y Colombia; a las expertas producción transmedia, Catalina Hoyos, María Eugenia Zapata y María Cristina Pinto por sus valiosos comentarios que me ayudaron a ajustar y nutrir mi investigación.

Un sincero agradecimiento a quienes me animaron, me tuvieron paciencia y me brindaron su comprensión durante todo este proceso. Gracias por celebrar conmigo cada logro; su apoyo fue fundamental para superar los desafíos de este proceso.

## RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo identificar los factores clave que permitan la creación de una hoja de ruta para el diseño de una estrategia de narrativa transmedia para difundir contenidos relacionados con procesos de noviolencia en Medellín. A partir de diversas revisiones de fuentes, se determinó la existencia de vacíos teóricos y deficiencias en la diseminación de contenidos sociales, como la noviolencia, a través de diferentes plataformas (web, chats, foros, redes sociales) y medios (audiovisuales, textuales, sonoros). Las narrativas transmedia, que despliegan una historia en múltiples medios y plataformas de comunicación donde los consumidores asumen un papel activo, pueden ser una herramienta clave para abordar este tipo de procesos sociales. La formación en noviolencia es especialmente relevante en el contexto histórico del conflicto armado en Colombia, y particularmente en Medellín y se hace mucho más importante debido a los procesos de paz, reconciliación y no repetición que se han desarrollado en los últimos años.

Se empleó en esta investigación una metodología cualitativa con alcances exploratorio y descriptivo. El análisis se realizó a través de la teoría fundamentada straussiana y se desarrolló mediante una investigación de escritorio sobre trabajos de noviolencia en Medellín, entrevistas a diversas organizaciones que trabajan por la noviolencia y la construcción de paz para identificar sus necesidades y en la parte final se realizaron unas entrevistas a expertas en el tema para validar los resultados obtenidos y realizar ajustes.

Como resultado, se diseñó una hoja de ruta que permite a organizaciones sociales, principalmente enfocadas en noviolencia, desarrollar una narrativa transmedia apoyada por herramientas tecnológicas para fortalecer su quehacer. Estas estrategias multiplataforma, centrada en el usuario, aprovechan las fortalezas de cada medio para contar la historia de la mejor manera posible y permite que los contenidos sean independientes pero complementarios, contribuyendo así a la expansión de un universo narrativo y al fomento de la noviolencia en Medellín.

**Palabras clave:** Narrativas transmedia, noviolencia, paz, multiplataforma.

## **ABSTRACT**

*The objective of this research is to design a storytelling transmedia strategy to disseminate content related to processes of nonviolence in Medellín. Based on several reviews of sources, the existence of theoretical gaps and deficiencies in the dissemination of social content, such as nonviolence, through different platforms (web, chats, forums, social networks) and media (audiovisual, textual, sound). Transmedia narratives, which expand a story in multiple media and communication platforms where consumers take an active role, can be a key tool to address these types of social processes. Training in nonviolence is especially relevant in the historical context of the conflict in Colombia, and particularly in Medellín, and is intensified due to the processes of peace, reconciliation and non-repetition that are under development.*

*The methodology used in this research was a qualitative approach with exploratory and descriptive phases. The analysis was carried out through grounded theory and all of this was developed through desktop research on nonviolence work in Medellín, interviews with some organizations that work for nonviolence and peacebuilding, in order to identify their needs and Finally, interviews were conducted with experts on the subject to validate the results obtained and make adjustments.*

*As a result, a roadmap was designed that allows social organizations, focused on nonviolence, to develop a storytelling transmedia supported by technological tools to strengthen their work. These multiplatform, user-centered strategies take advantage of the strengths of each medium to tell the story in the best possible way and allow the content to be independent but complementary, thus contributing to the expansion of a narrative universe and the promotion of nonviolence in Medellin.*

**Keywords:** *Storytelling transmedia, nonviolence, peace, cross platform.*

## TABLA DE CONTENIDO

|   |      |
|---|------|
| LISTA DE FIGURAS.....   | viii |
| LISTA DE TABLAS.....  | ix   |
| GLOSARIO.....   | x    |
| INTRODUCCIÓN .....  | 11   |
| PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....  | 12   |
| Antecedentes .....  | 15   |
| Justificación.....  | 17   |
| Preguntas de Investigación.....   | 20   |
| Objetivo General.....   | 21   |
| Objetivos Específicos .....   | 21   |
| 1. Marcos de referencia .....   | 23   |
| 1.1. Contexto de la noviolencia en Medellín.....  | 25   |
| 1.2. Adopción de herramientas TIC en procesos de noviolencia.....                           | 27   |
| 2. Diseño metodológico .....  | 29   |
| 3. Noviolencia .....  | 32   |
| 4. Qué se debe tener en cuenta para crear una estrategia transmedia de no ficción.....      | 45   |
| 5. Hoja de ruta para la creación de una estrategia transmedia de noviolencia en Medellín .. | 63   |
| 6. Conclusiones y recomendaciones .....   | 96   |
| Referencias.....  | 98   |
| Anexos .....  | 101  |

## LISTA DE FIGURAS

|  | <b>Pág.</b> |
|--|-------------|
| Figura 1. Árbol de problemas de la investigación .....   | 15          |
| Figura 2. Estrategia iterativa para narrativas transmedia low cost .....                                     | 47          |
| Figura 3. Versión 1. Hoja de ruta para el diseño de narrativa transmedia de noviolencia .....                | 64          |
| Figura 4. Versión 2. Hoja de ruta para el diseño de narrativa transmedia de noviolencia en<br>Medellín ..... | 81          |

## LISTA DE TABLAS

|   | <b>Pág.</b> |
|---|-------------|
| Tabla 1. Diseño Marco Metodológico .....                                    | 30          |
| Tabla 2. Cronograma .....   | 31          |
| Tabla 3. Criterios de Inclusión y Exclusión de Artículos .....              | 33          |
| Tabla 4. Resumen Revisión de Artículos .....                                | 34          |
| Tabla 5. Resultados de la Revisión Bibliográfica .....                      | 34          |
| Tabla 6. Rastreo Sitios Web ONG en Colombia .....                           | 42          |
| Tabla 7. Corporaciones y ONG contactadas para entrevista .....              | 49          |
| Tabla 8. Expertas en proyectos transmedia contactadas para entrevista ..... | 68          |

## GLOSARIO

**Convergencia:** Proceso mediante el cual diferentes formas de medios y tecnologías, como la televisión, la radio, los periódicos y la internet, se integran en una única plataforma digital. Esto permite que el contenido sea accesible y distribuido a través de múltiples dispositivos y formatos, facilitando una experiencia de usuario más interactiva y dinámica.

**Narrativa transmedia:** Una historia expandida a través de diferentes medios y plataformas que no pierde coherencia en la que se involucra a la audiencia para que asuman un papel activo en el proceso de expansión.

**Noviolencia:** Es un enfoque ético, práctico y político que rechaza el uso de la violencia física, verbal o simbólica para resolver conflictos o alcanzar objetivos. Se basa en principios de respeto, empatía, y justicia, promoviendo métodos pacíficos como el diálogo, la cooperación y la resistencia no violenta.

**Prosumidor:** Es una combinación de las palabras "productor" y "consumidor". Se refiere a una persona que no solo consume productos y servicios, sino que también participa activamente en su creación, producción o mejora.

**Universo transmedia:** Se refiere a un entorno narrativo extendido y desarrollado a través de múltiples medios y plataformas. Cada medio contribuye de la manera que mejor lo sabe hacer al conjunto de la historia, ofreciendo diferentes perspectivas y elementos de la trama que se complementan entre sí.

## INTRODUCCIÓN

Esta investigación se centra en la planificación de estrategias de difusión y participación eficaces para el desarrollo de iniciativas de noviolencia en Medellín y se justifica en la importancia creciente del uso de las narrativas transmedia como medios para llegar a las audiencias y principalmente para el desarrollo de proyectos comunitarios enfocados en la noviolencia y construcción de paz. Desde que Henry Jenkins planteó el concepto en su libro en el año 2003, la mayoría de las producciones transmedia en el mundo se han orientado hacia la ficción, y su aplicación en proyectos sociales todavía está en una etapa incipiente.

Ahora bien, la Agenda 2030 de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) se instauró en 2015 con la finalidad de establecer y cumplir con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para enfrentar los desafíos globales. Este documento se centra en los ODS 4, 9 y 16, que abordan, respectivamente, la educación de calidad y la paz, la digitalización e innovación, y la promoción de sociedades pacíficas con acceso a la justicia.

En consecuencia, de lo expuesto anteriormente, se obtiene la pregunta principal de la investigación es: ¿Qué estrategia de narrativa transmedia es adecuada para la difusión de contenidos sobre procesos de noviolencia en Medellín? Y los objetivos que se proponen están encaminados al análisis del estado de los contenidos actuales de noviolencia, la identificación de factores críticos para el desarrollo de una estrategia transmedia y el desarrollo de una hoja de ruta para su aplicación.

Para alcanzar el objetivo de la investigación se adoptó un enfoque cualitativo, que fue dividido en dos fases: una exploratoria, debido a la escasa investigación en el campo de la noviolencia y la inclusión de proyectos transmedia en procesos de transformación social; y otro descriptivo, para determinar por un lado los componentes y características de las organizaciones que trabajan con noviolencia y por el otro, representar una forma de desarrollar proyectos transmedia sociales.

La metodología se aplica a través de seis capítulos: el primero se refiere a los marcos de referencia y contextos; el segundo da cuenta del diseño metodológico; el tercero se centra en una investigación de escritorio sobre la noviolencia y el desarrollo de esta filosofía en Colombia y Medellín; el cuarto destaca los factores clave de una estrategia transmedia a partir de las necesidades de algunas organizaciones que trabajan estos temas; el quinto plantea una hoja de ruta para la producción de una estrategia transmedia de noviolencia en la ciudad de Medellín; y para finalizar, el sexto capítulo contiene las conclusiones y recomendaciones para futuros estudios y desarrollos en narrativas transmedia sociales.

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En Colombia, la promoción de procesos de construcción de paz y no violencia ha adquirido una gran relevancia debido al historial de conflicto, teniendo en cuenta las tendencias de transformación digital, se han desarrollado herramientas virtuales para complementar los métodos tradicionales con los que se han abordado estos asuntos como: talleres, cursos, reuniones, entre otros. En diferentes ciudades de Colombia han surgido diversas ONG's enfocadas en actividades de no violencia y promoción de paz, sin embargo, al revisar sus sitios web se evidencia que sus contenidos se centran principalmente en la divulgación de sus investigaciones, es decir, un contenido predominantemente académico, pero ninguna de ellas tiene una interfaz amigable y con un enfoque en jóvenes o población vulnerable.

Algunas de estas son: Indepaz (<https://indepaz.org.co/>), Alianza para la Paz (<https://alianzaparalapaz.org/colombia/>), Fundación Ideas para la Paz (<https://www.ideaspaz.org/>), Fundación Paz y Reconciliación (<https://www.pares.com.co/>), Fundación Paz y Bien (<https://fundacionpazybien.co/>), esto se puede dar debido a diferentes factores como la falta de recursos de las organizaciones para el desarrollo de procesos efectivos de difusión de información, también al bajo desarrollo de proyectos fundamentados en las TIC enfocados en no violencia o en proyectos sociales en general y por supuesto a la brecha digital que genera una limitación de conocimientos y acceso de los jóvenes a herramientas TIC, principalmente esos que se encuentran en entornos vulnerables.

A partir de una revisión de literatura, es posible determinar que se presentan vacíos teóricos y una deficiencia en la aplicación de proyectos transmedia en proyectos sociales, como lo indica Costa-Sánchez & López-García (2021), hay una brecha significativa en materia de investigación en cuanto la aplicación de estrategias de contenidos transmedia en proyectos que tengan fines de concienciación o transformación social, sumado a que este campo de

estudio va más allá de las divisiones tradicionales entre ficción y no ficción y específicamente de proyectos dirigidos a participantes de procesos de noviolencia en Medellín.

Se hace referencia especial a las narrativas transmedia como herramienta, por su aplicación, ya que permite el despliegue del tema a través de diferentes medios y plataformas con la participación activa del público, actualmente las ONG's o la administración pública se limitan a la realización de actividades presenciales tradicionales como talleres y charlas, esto ocasiona que a la inversión de recursos en sitios web no se le dé el mejor provecho ya que no se construye centrada en los usuarios finales, sino como repositorios de información, lo que determina que no se logre un gran alcance en la población objetivo que son principalmente jóvenes en formación porque el contenido que encuentran no es de su interés o no se presenta de una forma que lo puedan entender fácilmente

De acuerdo con lo anterior, como lo menciona Balmaceda Castro et al., (2019), es muy importante en el desarrollo de la plataforma tener en cuenta la experiencia de usuario (UX) pues en cualquier contexto digital, es importante que el diseño de estas se enfoque en los usuarios, asegurando de que sean fáciles de usar y tengan en cuenta las características y habilidades de quienes van a interactuar con la interfaz gráfica y los contenidos educativos.

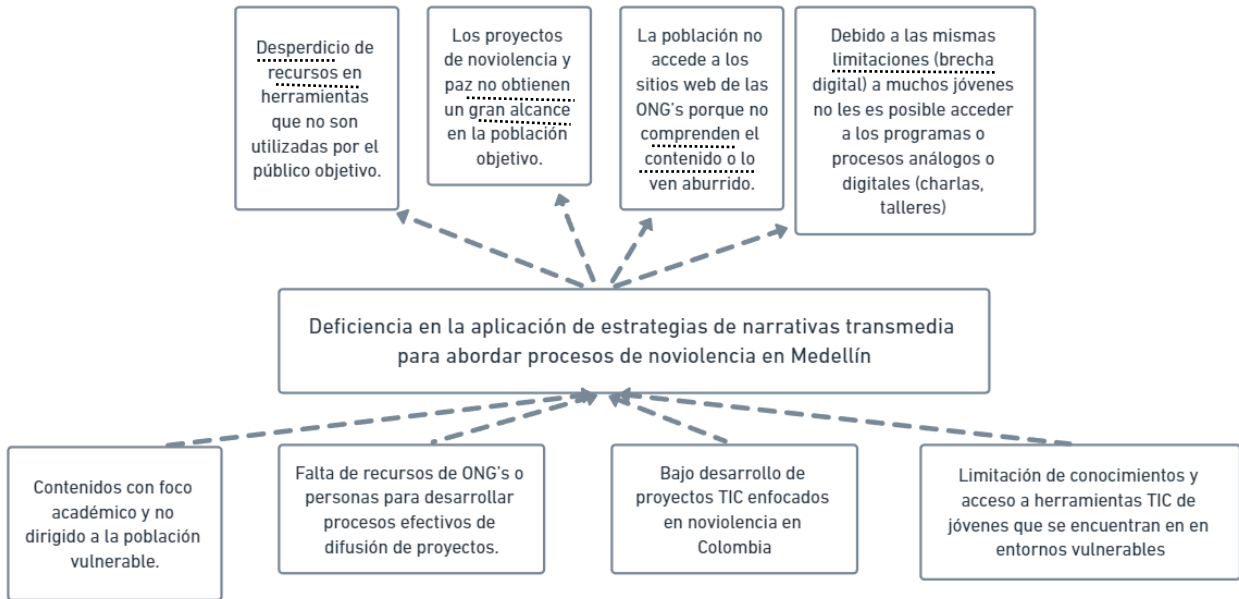
Adicional a esto y como lo expresa Gifreu-Castells (2016) en su escrito Aproximación al uso del género documental como estrategia educativa en sus formas de expresión audiovisual, interactiva y transmedia, los jóvenes están consumiendo cada vez más desde lo digital por medio de diferentes formatos, medios y plataformas, esperando que las instituciones educativas puedan ir más allá de las clases magistrales y formales y se acerquen mucho más a propuestas novedosas de educación, de igual manera lo plantea J. Škoda (2019) en su artículo creando narrativas transmedia para mejorar la inteligencia digital en estudiantes

de secundaria, que indica que el sistema educativo actual no está teniendo en cuenta las necesidades, habilidades y el contexto digital de los jóvenes en sus procesos de aprendizaje.

A continuación, se en presenta la figura 1, el árbol de problemas identificado a partir de la exploración y de una entrevista a Rodrigo Parada, director de la Corporación Colombia Noviolenta.

**Figura 1**

*Árbol de problemas de la investigación*



El problema identificado es la deficiente aplicación de estrategias transmedia en proyectos sociales, y específicamente para el presente trabajo, en el abordaje de procesos de noviolencia y construcción de paz en Medellín, esto es causado por diferentes factores como la limitación de los recursos de las ONG's, lo que genera que se prioricen estos para el funcionamiento de la misma y se dejen de lado los procesos de difusión, otra causa de este problema es el desconocimiento de algunas herramientas TIC tanto para líderes de las

organizaciones como para los jóvenes que participan en estos procesos, sumado a estas causas se identifica que las páginas que han desarrollado las organizaciones están enfocadas principalmente en ser repositorios de información de contenidos noticiosos y académicos y no están dirigidas a los jóvenes en formación.

Algunos de los efectos que se encuentran por estas causas son el desperdicio de recursos por no poder crear procesos efectivos de difusión de proyectos, adicional, las plataformas que se crean no están dirigidas al público objetivo real o en muchas oportunidades se crean para ejecutar algún recurso público y quedan sólo como contenedores de información, adicional los jóvenes de entornos vulnerables pueden tener alguna gran brecha digital en cuanto a conocimientos o un limitado acceso a herramientas tecnológicas como computadores, tablets, acceso a internet, etc.

## **Antecedentes**

Partiendo de una revisión de los modelos de trabajo y difusión que tienen las ONG's en Colombia y Medellín relacionadas con asuntos de noviolencia, construcción de paz, reconciliación y no repetición, por medio de entrevistas, visualización de sitios web, revisión de artículos de investigación, entre otras fuentes utilizadas, se evidencia un enfoque, por un lado de actividades en su mayoría presenciales (talleres, charlas) o apoyadas desde lo digital solamente en redes sociales, también es posible observar en sus sitios web un trabajo importante desde la construcción académica, antropológica o socio-cultural con la difusión de libros, cartillas, entrevistas, recopilación de noticias, artículos, entre otras herramientas, todas tienen en común que contienen material principalmente con enfoque académico.

En cuanto a proyectos interactivos o de narrativas transmedia, se encuentra muy poco material, el Centro Nacional de Memoria Histórica tiene una reunión de algunos proyectos periodísticos transmedia con el nombre de: "Rutas del Conflicto", es un recopilatorio

periodístico de una gran cantidad de historias que ha dejado el conflicto, aquí se puede encontrar un conjunto de noticias de periódicos, una cartografía del conflicto, libros, recorridos audiovisuales de pueblos que han vivido la guerra de primera mano, reportajes multimedia, entre otros.

Otro proyecto que se encuentra disponible en la web y que está más enfocado en lo que se pretende alcanzar con la presente investigación es *Storytelling for Pace Building*, este es el resultado de un proyecto de construcción de paz que se dio a partir de una alianza entre British Council Colombia y la Fundación Plan, en el que convergen el comic digital, videos, fotografías, historias, entre otros formatos, como lo expresan en el proyecto, buscan darle voz internacional a esos niños y jóvenes que no han sido escuchados y que han sido afectados por el conflicto, en conjunto con expertos buscan empoderarlos para iniciar procesos de reparación por medio de sus habilidades narrativas y de comunicación y que se pueda replicar en procesos de construcción de paz en los territorios.

Se pueden encontrar también estudios como el explorado en el artículo: Las narrativas transmedia en el aprendizaje de lenguas extranjeras de (Andrade-Velásquez & Fonseca-Mora, 2021) en el que exponen las NT como una nueva forma de aprendizaje centrada en el estudiante, aclaran que todavía se desconoce la efectividad de la aplicación de un modelo de estos y el cómo afecta el aprendizaje como tal ya que en su mayoría se encuentran proyectos de investigación e innovación educativa pero de carácter exploratorio, de todas maneras resaltan diferentes factores positivos de la aplicación de diversos medios y plataformas y que esto puede hacer que el aprendizaje sea más motivador, además de que ofrece una gran gama de posibilidades pedagógicas con la combinación de actividades de *learning by doing* o aprender haciendo.

De igual manera, Robin (2001) expone diferentes estudios que se están realizando en Estados Unidos en cuanto a la aplicación de narrativas digitales en procesos de educación y

la relación con la mejora de habilidades por parte de los estudiantes al usar estas estrategias.

Por su parte Baquiro (2018) en su artículo, da cuenta de dos actividades de narrativas transmedia implementadas en algunos colegios públicos de Bogotá, uno en el grado segundo de básica primaria y en tres colegios de básica secundaria, de esta actividad resultaron diferentes actividades orientadas por los profesores pero desarrollada directamente por los estudiantes como la creación de cuentos, videos, animación digital, blog, redes sociales; esto permite procesos de comunicación y aprendizaje bidireccional que va más allá del tradicional unidireccional: profesor-alumnos.

## **Justificación**

En 2015 a partir de la creación de la Agenda 2030 de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), con la participación de líderes mundiales se establecieron un conjunto de objetivos de desarrollo sostenible (ODS) en aras de enfrentar grandes problemáticas que afectan a la humanidad, para lograr estas metas se precisa el trabajo conjunto de gobiernos, sector privado y sociedad civil. El Proyecto Plan de Desarrollo Medellín Futuro 2020-2023 de la anterior administración municipal de Medellín no fue ajeno y lo incluyó en su planteamiento (Alcaldía de Medellín, 2019), de igual manera lo hicieron en el Plan de desarrollo 2024-2027, Medellín Te Quiere (Alcaldía de Medellín, 2024).

El presente trabajo está enmarcado en algunos de estos ODS, específicamente en el número 4 que apunta a la educación de calidad y la meta que se refiere a la educación en derechos humanos y promoción de una cultura de paz y no violencia, también tiene que ver con el número 9 en cuanto a la digitalización de los contenidos y el desarrollo de la innovación y principalmente el número 16 que hace referencia a la promoción de sociedades pacíficas y la facilitación al acceso a la justicia, a su vez, este objetivo tiene unas metas, puntualmente se hace énfasis en la reducción significativa de todas las formas de violencia y el

fortalecimiento de instituciones para la creación de capacidades para la prevención de la violencia y el combate del terrorismo y la delincuencia (Naciones Unidas, 2018). Este Plan de Desarrollo en uno de sus retos menciona la dotación de la ciudad de un sistema educativo para el siglo XXI ya que la educación es la principal herramienta para afrontar la desigualdad y hace énfasis a una formación que enseñe a desaprender la violencia.

Teniendo en cuenta este contexto, en Medellín se han adelantado diferentes iniciativas de noviolencia desde organizaciones no gubernamentales (ONG) y sociedad civil, de hecho, a partir de septiembre de 2020, se creó desde la Alcaldía de Medellín la Secretaría de la No-Violencia con el fin de liderar la Política Pública de Paz, Reconciliación y Convivencia y ha venido trabajando algunos proyectos bajo diferentes líneas y componentes enmarcados en el Plan de Desarrollo Medellín Futuro (2019), esto tuvo continuidad en el siguiente periodo administrativo con el Plan de Desarrollo Distrital 2024-2027 “Medellín te Quiere” con un cambio en el nombre de la cartera, para este periodo se nombró Secretaría de la Paz y Derechos Humanos.

Para que estas iniciativas tengan una gran trascendencia es preciso que en su ejecución se plantee una estrategia de difusión y acercamiento a las audiencias, desde la comunicación hay diferentes estrategias que se pueden implementar para la expansión de estos proyectos, las narrativas transmedia son una de ellas y ofrecen un beneficio adicional a este tipo de intenciones, como lo es la posibilidad de participación en la expansión de las historias en diferentes medios y plataformas, con la participación de las audiencias, en sí mismas, por lo cual, estas narrativas podrían incidir en alguna medida en el logro de la transformación social (Costa Sánchez & López García, 2021) mediante un impacto positivo en la inclusión y cierre de brechas digitales de los jóvenes que participan en procesos de noviolencia en Medellín.

A partir de la introducción del término narrativas transmedia realizado por Henry Jenkins en 2003, definido como una historia desplegada a través de diversos medios y plataformas con participación activa de los consumidores (Scolari, 2013), se ha venido expandiendo no solamente en temas comunicacionales sino en diferentes sectores, principalmente en la producción de contenidos de ficción, muy poco en la no ficción, desde el periodismo o los documentales web y en una medida mucho menor en la implementación o aplicación de esos contenidos transmedia en proyectos sociales (Costa Sánchez & López García, 2021), con ello es posible reconocer que se presenta un vacío teórico en estudios sobre la aplicación de narrativas transmedia en proyectos sociales en Colombia, particularmente en Medellín. De allí que el presente trabajo pretenda aportar con el diseño de una estrategia de narrativa transmedia para apoyar la difusión de contenidos relacionados con procesos de noviolencia en Medellín.

## **Preguntas de Investigación**

¿Qué estrategia de narrativa transmedia es adecuada para la difusión de contenidos sobre procesos de noviolencia en Medellín?

## OBJETIVOS

### Objetivo General

Diseñar una estrategia de narrativa transmedia para difundir contenidos relacionados con procesos de noviolencia en Medellín.

### Objetivos Específicos

1. Analizar el estado actual de los contenidos sobre noviolencia en Colombia y específicamente en Medellín.
2. Determinar los factores clave para una estrategia transmedia de contenidos de noviolencia para la ciudad de Medellín a partir de las necesidades de las ONG's.
3. Establecer una hoja de ruta de la estrategia de narrativa transmedia de noviolencia en Medellín.

Para lograr el objetivo general que es diseñar una estrategia de narrativa transmedia para difundir contenidos relacionados con procesos de noviolencia en Medellín, es preciso trabajar uno a uno los objetivos específicos. En primer lugar, es necesario realizar un análisis del estado actual de los contenidos sobre noviolencia en Medellín-Colombia. Esto implica investigar y recopilar información sobre las iniciativas existentes, al igual que identificar fortalezas y debilidades de las estrategias y contenidos actuales.

En segundo lugar, se deben determinar cuáles son los factores clave que debe contener una estrategia transmedia de contenidos de noviolencia, tomando en cuenta las necesidades de las ONG's que se enfocan en el desarrollo de proyectos de noviolencia y construcción de

paz, lo que implica tener un acercamiento a estas organizaciones, realizando entrevistas que permitan conocer más a fondo sus objetivos y requerimientos puntuales.

Posterior a esto se puede proceder con la creación de una hoja de ruta que contendrá los pasos y elementos necesarios para la estrategia transmedia como canales de difusión adecuados, los medios y plataformas que se podrán utilizar, la integración de UX, la definición de contenidos, la planificación de eventos o actividades presenciales, entre otros aspectos relevantes y esto se valida por medio de entrevistas a diferentes expertos.

# 1. Marcos de referencia

## Marco Teórico y Conceptual:

Las narrativas transmedia, o en inglés el *transmedia storytelling*, son términos que se han estudiado desarrollado en los últimos 20 años y con el pasar de los años se ha enriquecido mucho más por los avances en desarrollo de software y plataformas web, Jenkins (2006) ha sido el pionero del término, en su libro *Convergence Culture*, la cultura de la convergencia de los medios de comunicación, lo explica como:

Una historia transmediática se desarrolla a través de múltiples plataformas mediáticas, y cada nuevo texto hace una contribución específica y valiosa a la totalidad. En la forma ideal de la narración transmediática, cada medio hace lo que se le da mejor, de suerte que una historia puede presentarse en una película y difundirse a través de la televisión, las novelas y los cómics; su mundo puede explorarse en videojuegos o experimentarse en un parque de atracciones. (Jenkins, 2006, p. 101)

Como se puede evidenciar en este contexto, las narrativas transmedia son formas de diseminar una historia a través de múltiples plataformas como la web, el cine, la televisión, el teatro, los videojuegos, entre otras y en cada una de estas plataformas se presenta una historia diferente que contribuye a un tema general (Jenkins, 2006). Así, la teoría propuesta por Henry Jenkins en 2006 se centra en cómo las historias pueden ser contadas a través de diferentes plataformas de medios, donde cada medio contribuye de manera única y complementaria a la narrativa global. En lugar de ser una simple repetición de la misma historia en distintos canales, el *transmedia storytelling* se caracteriza por distribuir partes de la narrativa en diversas plataformas, cada una ofreciendo contenido exclusivo que enriquece y expande la experiencia global de la historia.

Por su parte, Scolari (2013), describe las narrativas transmedia como un relato que se despliega a través de diversos medios y plataformas y los consumidores juegan un papel muy importante en el que además de consumir el contenido pueden producir parte de él. Dentro de la teoría que propone este autor, considera que las narrativas transmedia son un proceso complejo, multidimensional y multiplataforma, considerando que estas narrativas no deben ser una simple dispersión de contenido sino enfocarse en la convergencia de los medios para que la historia se complete bien en los diferentes formatos, logrando una estructura de coherencia en la narrativa global. Así, Scolari (2013) ha basado parte de su estudio en el trabajo de Jenkins y coincide en gran medida en el significado y le agrega un factor importante que es el rol activo de las audiencias, un determinante en este tipo de estrategias porque más que consumir el contenido y navegar a través de las diversas plataformas, lo ideal es lograr que los públicos interactúen con él.

En la revisión sistemática de literatura científica realizada por (Acuy Rodríguez & Baca Cáceres, 2022) presentan cómo diferentes autores han abordado este tema y algunos aportes y beneficios que otorgan las narrativas transmedia al aplicarlas como estrategia educativa que al igual que otros modelos pedagógicos como el Aula Invertida, el Aprendizaje Basado en Proyectos y el Aprendizaje Colaborativo, buscan un trabajo cooperativo tanto de estudiantes como de docentes.

En el caso de la teoría propuesta por Erta-Majó & Vaquero (2023), consideran que la narrativa transmedia se debe enfocar en la experiencia participativa y la creación colaborativa con el público, no siendo un enfoque de cómo se distribuye la narrativa a través de diferentes plataformas, sino que éstas se convierten en procesos de interacción y co-creación con la audiencia en su rol constructor y expansión de la historia. Dado esto, Erta-Majó & Vaquero (2023), señalan que la educación transmedia se ha vuelto más importante con el auge de los medios digitales, aunque su uso en espacios educativos no formales sigue siendo limitado, ellos analizan información existente para entender los

objetos y procesos educativos transmedia en estos contextos. Muchos de estos procesos se basan en métodos tradicionales, sin adaptarse completamente a las particularidades de los entornos no formales. Aun así, la educación transmedia puede ofrecer más opciones de aprendizaje y estimular la participación de distintos grupos, también destacan la importancia de realizar más estudios prácticos para mejorar su aplicación en estos escenarios.

Con base en lo anterior, es posible utilizar las narrativas transmedia como herramienta para abordar procesos de noviolencia en Medellín. Mario López explica la noviolencia como un comportamiento, un estilo de vida, una resistencia activa fundamentada en el actuar consciente de disminuir la violencia (López, 2012). De esta manera se entiende la noviolencia como una forma de vida o una manera de enfrentar alguna situación, va más allá de la ausencia de violencia en la resolución de cualquier tipo de conflicto, es una postura que rechaza cualquier forma de violencia hacia los individuos y la naturaleza en general, es una actitud por medio de la cual las personas se relacionan con su entorno sin imposiciones sino por medio de acuerdos, defendiendo la vida y denunciando la opresión.

### **1.1. Contexto de la noviolencia en Medellín**

Según el Centro Nacional de Memoria Histórica (2017) debido al crecimiento acelerado de las principales ciudades colombianas como Medellín, la incapacidad del gobierno para cubrir las necesidades básicas y bienes públicos como seguridad, educación y salud ha generado importantes disparidades sociales, que se hacen más amplias en la ruralidad, la falta de oportunidades y las necesidades insatisfechas han provocado que por décadas, los niños y jóvenes de Medellín tengan que involucrarse en actividades extralegales en aras de la supervivencia, a continuación, se presentan algunas cifras que respaldan esta difícil realidad vivida en esta ciudad en décadas pasadas: Entre los años 1990 y 1999 hubo 45.434 homicidios, 1991 fue el año con mayor número, en total tuvo 6.658 y entre 2000 y 2002,

9.931, la mayoría de ellos del género masculino y de estos, el 77,4% tenían menos de 35 años de edad (Cardona et al., 2005: 843) De acuerdo con una caracterización realizada por La Casa de las Estrategias (2024), En los últimos cuatro años (2020- 2023), Medellín tuvo un promedio de 385 homicidios por año causados por diversos motivos como disputas territoriales, delincuencia común, actos de intolerancia, entre otros.

A partir de este contexto, no solo en Medellín sino en diferentes lugares de Colombia se han creado diversas organizaciones sin ánimo de lucro en torno a la promoción de la paz, convivencia, seguridad, defensa de la vida, posconflicto, derechos humanos, entre otros. Algunas de estas, son materia de estudio para la presente investigación:

- Corporación Colombia Noviolenta (<https://www.colombianoviolenta.org/>) que realiza trabajo con jóvenes por medio de eventos musicales, campamentos, talleres, escuelas de noviolencia, conferencias.
- Indepaz (<https://indepaz.org.co/>), en su página web es posible encontrar un observatorio actualizado de derechos humanos y conflicto, actualización de noticias constantes sobre asuntos de conflicto y de interés general y una serie web de dos temporadas sobre Rutas del Conflicto.
- Alianza para la Paz (<https://alianzaparalapaz.org/colombia/>) su sitio web es un recopilatorio de libros, revistas, entrevistas, recursos audiovisuales, todo en la búsqueda de la creación y fortalecimiento de capacidades para la construcción de paz y resiliencia
- Fundación Ideas para la Paz (<https://www.ideaspaz.org/>), realizan un monitoreo a las noticias relacionadas con el conflicto, proveen herramientas empresariales en asuntos de construcción de paz y mejores prácticas en derechos humanos
- Fundación Paz y Reconciliación (<https://www.pares.com.co/>), tienen un contenedor de informes e investigaciones, referencias de libros, cajas de herramientas, cartillas sobre paz, conflicto y derechos humanos, también

contiene un observatorio para la defensa de la vida, datos de conflicto socioambientales, seguimiento de masacres, grupos armados

- Fundación Paz y Bien (<https://fundacionpazybien.co/>) desarrollan programas de orientación y habilitación ocupacional, además tienen unas casas en diferentes puntos de la ciudad de Cali en donde atienden a niños y jóvenes entre 7 y 25 años con actividades de prevención de conflicto, microtráfico, participación de bandas, etc. y también niños y jóvenes con experiencias de situación de calle y consumo de sustancias psicoactivas.

Estas ONG's publican contenido noticioso, tienen importantes actividades de investigación de los conflictos con recopilación de cifras e informes de interés general, también comparten material pedagógico, todo esto en función de la difusión de mejores prácticas en derechos humanos, herramientas de construcción de paz, etc.

## **1.2. Adopción de herramientas TIC en procesos de noviolencia**

En cuanto a la apropiación de las TIC, en su investigación, (Echeverría, 2008), hace mención de algunos factores que se deben tener en cuenta para poder lograr una apropiación social de las TIC y es fundamental considerar en el diseño de la estrategia estos tres factores: (1) La accesibilidad, tanto de internet como de dispositivos (celulares, computadores, tablets); (2) Formación a los usuarios en la herramienta, principalmente algunos validadores que puedan apoyar la difusión rápida de los contenidos; (3) Utilizar un lenguaje cercano al público al que se va a dirigir la estrategia. Esto conecta con la mención que hace Scolari (2013) y la importancia de cultivar la obra transmedia, trabajarla día a día, escuchando a los consumidores y manteniendo una conversación con los fans, el éxito de una narrativa transmedia está en centrarse en los consumidores ofreciéndoles diferentes tipos de contenido.

Scolari (2013), además hace referencia al término audiencias líquidas y lo explica como: ahora ver televisión no tiene un significado literal de estar frente a un televisor viendo un programa específico a una hora determinada, incluye cosas como ver un video de Youtube, una película por alguna plataforma de streaming, una temporada de una serie por DVD, ahora se usan muchos más dispositivos y pantallas y aunque la televisión tradicional no desaparece, ya no es el centro de consumo de contenidos audiovisuales.

## 2. Diseño metodológico

Para dar respuesta al objetivo general de esa investigación el cual es diseñar una estrategia de narrativa transmedia para difundir contenidos relacionados con procesos de noviolencia en Medellín, se eligió un enfoque cualitativo, en el cual se realizó inicialmente una investigación de escritorio o *desktop research*, relacionada con los contenidos de noviolencia en Colombia y específicamente en Medellín y también una búsqueda inicial sobre la aplicación de las narrativas transmedia sobre fenómenos sociales porque como se ha anotado previamente, estas actividades se han abordado principalmente desde la ficción.

Desde un primer alcance, se realizó un trabajo exploratorio que permitió identificar el nivel de aplicación de estas herramientas en entornos de educación, construcción de paz y noviolencia, al igual que determinar los factores que permiten a las organizaciones que desarrollan procesos de noviolencia adoptar y usar narrativas transmedia y posteriormente se complementó con algunas entrevistas pues la investigación cualitativa tiene precisamente como propósito evaluar la forma en que cada persona asimila los fenómenos en los que se encuentran inmersos, así como el estudio de sus opiniones, connotaciones y la construcción de significados (Hernández Sampieri et al. 2014).

El desarrollo de esta investigación tuvo dos alcances que se desplegaron en dos momentos, una primera parte exploratoria debido que es un tema que se ha abordado muy poco desde la investigación académica, tanto la noviolencia como las narrativas transmedia de no ficción y en un segundo momento un alcance descriptivo que permitió la caracterización de los componentes y características que deben contener un proyecto de narrativa transmedia de noviolencia para que puedan funcionar mejor (Hernández Sampieri et al. 2014).

El análisis de la información en esta investigación se realizó mediante teoría fundamentada, específicamente bajo una perspectiva straussiana o diseño sistemático por medio de la cual se analizaron unos datos para identificar ideas clave, organizarlas en categorías y encontrar relaciones entre ellas. Siguiendo unos pasos, como dividir los datos en partes, buscando conexiones entre esas partes y unir todo en una teoría que explique lo que ocurre en un contexto específico. En este caso, se aplicó al estudio de una narrativa transmedia que puede ser utilizada en procesos de noviolencia y construcción de paz, desarrollados por organizaciones sin ánimo de lucro. A través de la recolección de datos, como entrevistas, se identificaron variables y conceptos que ayudaron a desarrollar una teoría y una representación visual sobre cómo estos proyectos se pueden desarrollar de esta manera para contribuir a la construcción de paz. (Hernández Sampieri et al. 2014).

A continuación, en la Tabla 1. Se presenta el resumen del diseño metodológico de la investigación:

**Tabla 1**

*Diseño Marco Metodológico*

| FASE  | OBJETIVOS ESPECÍFICOS   | Método                                    | INSTRUMENTO / HERRAMIENTA  | ACTIVIDADES   | PRODUCTO ESPERADO  |
|---|---|---|--|---|--|
| <p>Diagnóstico información estado actual aplicación TIC o Narrativas transmedia</p> | <p>Analizar el estado actual de los contenidos sobre noviolencia en Colombia y específicamente en Medellín.</p> | <p>Análisis sistemático de literatura</p> | <p>Computador con software de procesamiento de texto y acceso a internet, Bases de datos (scopus, researchgate, Redalyc)</p> | <p>Creación de ecuación de búsqueda para las diferentes bases de datos<br/>Revisión de artículos disponibles en medios digitales<br/>Creación de matriz con los principales hallazgos</p> | <p>Matriz resumen con los hallazgos del estado de aplicación de TIC en procesos de noviolencia</p> |



### 3. Noviolencia

De acuerdo con la metodología propuesta y para el logro del primer objetivo del presente trabajo se realizó una investigación de escritorio apoyada por una búsqueda de información en tres bases de datos: SCOPUS, SCIELO y REDALYC, elegidas por tener una gran cantidad de artículos científicos de alta calidad y rigor académico, además contienen investigaciones de diversas disciplinas como psicología, ciencias sociales, comunicaciones, etc., y en el caso de Redalyc y Scielo ofrecen un catálogo de revistas académicas publicadas en América Latina y el Caribe.

En primer lugar, se realizó una búsqueda en Scopus con la siguiente ecuación: "noviolencia en Colombia" OR "noviolencia en Medellín" OR "*nonviolence in Medellin*" OR "*nonviolence in Colombia*" y no se obtuvieron resultados, se modificó esta ecuación de diferentes formas, una de ellas es: ["no violencia" OR "noviolencia"] AND ["Colombia" OR "Medellin"] con la que se encontraron 4 documentos, finalmente, al buscar con la ecuación "noviolencia" se obtuvieron 6 documentos, incluidos los 4 que aparecieron en la búsqueda anterior. En Redalyc se realizó la misma exploración con diversas ecuaciones y con la siguiente, se obtuvieron 8 artículos: "noviolencia en Colombia" OR "noviolencia en Medellín" OR "*nonviolence in Medellin*" OR "*nonviolence in Colombia*".

Se generó una tercera búsqueda en Scielo con las mismas ecuaciones mencionadas anteriormente, tanto para SCOPUS como para Redalyc y la única que arrojó resultados es "Noviolencia", con esta se obtuvieron 24 documentos. Al revisar algunos de estos documentos se observó que uno de los autores que se menciona en diferentes artículos es Mario López Martínez y se verifica que en su libro *Noviolencia: Teoría política y experiencias históricas*, expone ampliamente el tema desde lo que es y no es noviolencia, sus implicaciones en acciones políticas, diversas experiencias de movimientos y acciones

noviolentas y algunos métodos, por esto también se considerará en el desarrollo de esta investigación.

Una vez reunida la información de las tres bases de datos se realizó una validación de cada uno de los artículos para determinar si podrían o no hacer parte de la presente investigación, para ello fue necesario determinar unos criterios de inclusión o exclusión de estos, esta información se presenta en la siguiente tabla:

**Tabla 3**

*Criterios de Inclusión y Exclusión de Artículos*

| Atributo             | Criterio de inclusión  | Criterio de exclusión  |
|----------------------|--|--|
| Documento consultado | Artículos científicos y documentos que puedan ser citados en estos o de los mismos autores   | Reseña de libros o de otros artículos  |
| Año de publicación   | Artículos publicados a partir de 2004  | Artículos anteriores a 2004  |
| Fuentes de consulta  | Artículos indexados en bases de datos de Scopus, Redalyc y Scielo  | Artículos que no se encuentren en bases de datos de Scopus, Redalyc y Scielo   |
| Idioma               | Artículos disponibles en español e inglés  | Artículos en idiomas diferentes a español e inglés   |
| Contexto             | Artículos conceptuales sobre noviolencia o que presenten casos de estudio en Latinoamérica, preferiblemente de Colombia  | Artículos que contengan casos fuera del contexto latinoamericano o aborden casos de comunidades indígenas o religiosas   |
| Alcance temático     | Artículos de noviolencia, principalmente sobre la evolución del término, al igual que casos de estudio asociados al contexto colombiano o de Medellín y que den cuenta de la aplicación de actividades educativas, culturales o artísticas que ayuden en la transformación de situaciones por medio de procesos de noviolencia | Artículos que aborden la noviolencia principalmente como resistencia civil, antimilitarismo.<br>* Que propongan reformas curriculares en entornos diferentes a colegios o escuelas<br>*Enfocados en biografías<br>*Que tengan relación con intervenciones internacionales o procesos de paz<br>*Que se enfoquen en reseñas o notas editoriales |

*Nota.* Elaboración propia (2024).

A continuación, se presenta el resumen de la revisión realizada, además la información de los artículos excluidos y el motivo:

**Tabla 4**

*Resumen Revisión de Artículos*

| Año publicación      | Cantidad  | Base de Datos            | Cantidad  | Motivo de exclusión  | Cantidad  |
|----------------------|-----------|--------------------------|-----------|----------------------|-----------|
| 2004                 | 1         | Scielo                   | 19        | Alcance temático     | 15        |
| 2007                 | 2         | Redalyc                  | 6         | Contexto             | 9         |
| 2008                 | 1         | SCOPUS y Scielo          | 3         | Incluido             | 9         |
| 2009                 | 2         | SCOPUS                   | 2         | <b>Total general</b> | <b>33</b> |
| 2011                 | 1         | Redalyc y Scielo         | 1         |                      |           |
| 2012                 | 3         | Otras fuentes            | 1         |                      |           |
| 2015                 | 1         | SCOPUS, Redalyc y Scielo | 1         |                      |           |
| 2016                 | 15        | <b>Total general</b>     | <b>33</b> |                      |           |
| 2020                 | 4         |                          |           |                      |           |
| 2022                 | 2         |                          |           |                      |           |
| 2023                 | 1         |                          |           |                      |           |
| <b>Total general</b> | <b>33</b> |                          |           |                      |           |

*Nota.* Elaboración propia (2024).

En la tabla 5 se presenta el resumen del resultado de la revisión bibliográfica, en el anexo se presenta la base de datos completa que contiene: Referencia bibliográfica, objetivo del artículo, metodología, principales hallazgos, conclusiones e implicaciones, limitaciones y consideraciones, *keywords*, enlace para ubicar el documento, base de datos y ecuación de búsqueda.

**Tabla 5**

*Resultados de la Revisión Bibliográfica*

| Autor/Año publicación  | BASE DE DATOS   | Limitaciones y consideraciones  | Atributo exclusión/Inclusión |
|------------------------|-----------------|---|------------------------------|
| Gallego y Guisao, 2022 | SCOPUS y Scielo | Este artículo es pertinente para la investigación porque presenta en análisis de un colegio en un entorno violento y las acciones que se promueven para la paz y la noviolencia | Incluido                     |

|                        |                          |   |                  |
|------------------------|--------------------------|---|------------------|
| Romero, 2020           | SCOPUS                   | Este documento se centra en la necesidad de incluir en los contenidos curriculares de psicólogos en formación los conceptos de noviolencia y construcción de paz debido al escenario de conflictos y post-conflicto que se vive en el país y con esto las necesidades sociales generadas.   | Alcance temático |
| Muñoz et al., 2020     | SCOPUS                   | El foco del estudio que se está desarrollando está en los jóvenes de Medellín, este se fundamenta en relatos de personas de la tercera edad en Chile.   | Alcance temático |
| Amaya, 2016            | SCOPUS y Scielo          | El artículo muestra información del Quindío, no específicamente de Medellín pero aporta información valiosa para investigaciones de este tipo, sugiere que en procesos en los cuales haya intervención se incluya al profesorado y adultos responsables del cuidado y crianza de los niños, niñas y adolescentes pues los adultos que hacen parte del contexto al que pertenece el estudiantado juegan un papel fundamental para transformar los imaginarios que actualmente están orientando los comportamientos violentos de algunos/as estudiantes y profesores. | incluido         |
| Urrego y Escobar, 2015 | SCOPUS, Redalyc y Scielo | Este estudio se enfoca principalmente en dar un acercamiento sobre la producción científica existente en Colombia sobre noviolencia, se evidencia una revisión de bases de datos  | incluido         |
| Checa, 2008            | SCOPUS y Scielo          | El artículo se enfoca en intervención internacional para la protección activistas de derechos humanos en entornos violentos   | Alcance temático |
| Amézquita, 2009        | Redalyc                  | Perspectiva Limitada: Aunque se mencionan varios aspectos relevantes de la obra, el resumen podría profundizar en detalles específicos de las propuestas de acción noviolenta presentadas en el libro.<br>Falta de Análisis Crítico: El resumen no ofrece un análisis crítico detallado de las propuestas y enfoques presentados en la obra, lo que podría enriquecer la  | Alcance temático |

|                           |         |  |                  |
|---------------------------|---------|--|------------------|
|                           |         | <p>comprensión del lector sobre la efectividad y viabilidad de estas propuestas en el contexto colombiano.</p> <p>Ausencia de Ejemplos Concretos: Sería beneficioso incluir ejemplos concretos de acciones no violentas propuestas en el libro para ilustrar cómo estas iniciativas pueden contribuir a la construcción de paz en Colombia.</p> <p>Contextualización Adicional: Podría ser útil proporcionar más contexto sobre el contexto colombiano en el que se desarrollan estas propuestas de acción no violenta, incluyendo desafíos específicos que enfrenta el país en términos de violencia y conflicto.</p> |                  |
| Cante, 2012               | Redalyc | Este artículo incluye dos criterios de exclusión, el primero está relacionado con el enfoque que tiene en un editorial del discurso de Jorge Eliecer Gaitán y el segundo porque lo direcciona hacia la resistencia civil   | Alcance temático |
| Rivera, 2020              | Redalyc | El artículo se enfoca en la resistencia civil como método de no violencia, sin abordar la educación  | Alcance temático |
| Molina y Valderrama, 2007 | Redalyc | El documento expone la resistencia comunitaria de un pueblo en Santander, así que cumple el criterio de exclusión del alcance temático por su enfoque en la resistencia civil  | Alcance temático |
| Restrepo, 2007            | Redalyc | El artículo se basa en la no violencia vista desde la promoción de la objeción de conciencia y entendida como antimilitarismo, rechaza la conformación de los ejércitos y, en esa medida, la existencia del Estado moderno.  | Alcance temático |
| López, 2004               | Redalyc | El documento hace un gran recorrido sobre el término no violencia, desde sus diferentes variaciones que no son muy correctas hasta el uso adecuado de la palabra y su significado  | incluido         |

|                        |                  |  |                  |
|------------------------|------------------|--|------------------|
| Martínez, 2016         | Redalyc y Scielo | El artículo hace un comparativo entre los conceptos académicos de noviolencia y la práctica en la comunidad indígena   | Contexto         |
| Pagliai, 2023          | Scielo           | Este artículo se encuentra fuera del contexto latinoamericano y se basa en la biografía de Aldo Capitini, así que cumple con dos criterios de exclusión  | Contexto         |
| Kárpava, 2022          | Scielo           | Esta investigación presenta diferentes acciones noviolentas pero están fuera del contexto latinoamericano  | Contexto         |
| Toro, 2020             | Scielo           | Podría aportar en cuanto a alguno de los elementos a incluir en el transmedia relacionados con el arte   | incluido         |
| Martínez, 2016         | Scielo           | Se destaca de este estudio la presentación de diferentes tipologías del término noviolencia de acuerdo a diferentes autores  | incluido         |
| Ramos, 2016            | Scielo           | El artículo analiza el proceso de paz en Colombia entre las FARC-EP y el Gobierno desde enfoques teóricos de Estudios de la Paz y la perspectiva del movimiento social. Se argumenta la necesidad de adoptar la Paz Transformadora y Participativa para propiciar procesos integrales de construcción de paz más allá de la negociación, es muy interesante el artículo por su contexto, pero se excluye porque se enfoca principalmente en proceso de paz | Alcance temático |
| Aguilar, 2016          | Scielo           | El documento aborda el tema de la resistencia civil noviolenta en Polonia durante el periodo del Socialismo Real. Analiza cómo los ciudadanos polacos utilizaron diferentes estrategias de resistencia, como huelgas laborales, manifestaciones y organizaciones clandestinas, para protestar contra el régimen comunista y buscar la democratización del país, incluye dos criterios de exclusión, tanto el contexto como el alcance temático.            | Alcance temático |
| O'Byrne y D'Inca, 2016 | Scielo           | De este artículo se exalta la mención a los espacios urbanos, espacios que permitan lugar de diálogo, de interacción social, de  | incluido         |

|                         |        |   |                  |
|-------------------------|--------|---|------------------|
|                         |        | sentido de pertenencia, como también del desacuerdo, de la huelga, de la reflexión.   |                  |
| Martínez, 2016          | Scielo | Aunque el artículo resalta la importancia de la noviolencia como una herramienta poderosa para la transformación social y la construcción de una cultura de paz y justicia en un mundo marcado por conflictos y violencia dista mucho del alcance temático en cuanto a aplicación de casos de educación en noviolencia  | Alcance temático |
| Ángel, 2016             | Scielo | El documento se basa en la objeción de conciencia como actividad noviolenta para resistir el servicio militar obligatorio   | Alcance temático |
| Zamora, 2016            | Scielo | Aunque el caso se da en un contexto latinoamericano, se excluye porque se enfoca en una comunidad indígena.   | Contexto         |
| González y Patiño, 2016 | Scielo | El documento se excluye de la investigación por el contexto pues se da en una comunidad indígena y se basa en la resistencia.   | Contexto         |
| Villa, 2016             | Scielo | <p>En términos de intervención psicosocial y comunitaria, desde una lógica de noviolencia, pueden tenerse en cuenta algunas premisas o recomendaciones, que son claves para desarrollar procesos de reconstrucción del tejido y empoderamiento sociales, que pongan en condiciones de equidad a los diversos actores; y con ello se puedan dar transformaciones sociales y subjetivas sostenibles.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. El perdón como proceso psicosocial subjetivo no contradice la justicia ni la memoria</li> <li>2. Todos y todas hemos sido ofendidos y hemos ofendido</li> <li>3. El perdón no es un deber moral</li> <li>4. El Perdón no es cohonestar con la violación de los derechos, es superar el lugar de víctima</li> <li>5. El perdón no se da en abstracto, se da sobre hechos concretos</li> </ol> | incluido         |

|                           |               |   |                  |
|---------------------------|---------------|---|------------------|
| López,<br>2016            | Scielo        | El artículo analiza principalmente la noviolencia como resistencia civil desde el punto de vista de diferentes autores y en diversos escenarios   | Alcance temático |
| Ballesteros,<br>2016      | Scielo        | El artículo está bajo diversos criterios de exclusión, se basa en resistencia civil y el contexto se da en una comunidad indígena   | Contexto         |
| Oliveira,<br>2016         | Scielo        | El documento se basa en una comunidad religiosa de Brasil que prioriza la noviolencia para resistir la discriminación y la intolerancia   | Contexto         |
| Pontara,<br>2016          | Scielo        | El documento se basa en extractos de la vida y la obra de Gandhi y sobre su concepción y pensamiento.   | Alcance temático |
| Checa,<br>2012            | Scielo        | El documento da cuenta de intervenciones internacionales, su origen y evolución, características y sobre Peace Brigades International, de acuerdo con los criterios de inclusión no aplicaría para la presente investigación por el contexto y la temática  | Alcance temático |
| Muñoz y Alvarado,<br>2011 | Scielo        | El texto presenta la noviolencia como un principio político que impulsa la declaración y la acción de resistencia, tanto a nivel personal como colectivo, enfatiza en la capacidad de los jóvenes de pensar por sí mismos y de actuar de manera autónoma, rechazando los discursos y prácticas de violencia que han marcado la historia del país. | Contexto         |
| Solarte,<br>2009          | Scielo        | El texto no se presenta desde un contexto colombiano y se basa en la noviolencia como practica de comunidades religiosas  | Contexto         |
| López,<br>2012            | Otras fuentes | El documento hace un acercamiento a la teoría de la noviolencia, partiendo desde su concepto y dando contexto por medio de diferentes experiencias y menciona todos los métodos de noviolencia  | incluido         |

*Nota.* Elaboración propia (2024).

La revisión de literatura realizada confirma la existencia de vacíos teóricos sobre la noviolencia y construcción de paz en Colombia, especialmente en Medellín y aún más en el

ámbito de producciones transmedia sociales enfocadas en noviolencia. Urrego-Mendoza & Escobar-Córdoba (2015) en su artículo Investigación en salud para la paz de Colombia: ¿estudiar la noviolencia o la violencia? Verificaron esta insuficiencia pues entre 1985 y 2015 realizaron un estudio en el que contrastaron 83 bases de datos académicas usando la ecuación de búsqueda ["no violencia" OR "noviolencia"] AND Colombia y después de realizar una depuración manual inicial, obtuvieron 825 resúmenes, de los cuales solamente 36 eran artículos académicos de "no violencia"/noviolencia en el contexto colombiano.

Como se presentó en la Tabla 4, en el resumen de revisión de artículos, se confirma que se seleccionaron 9 que cumplen con uno o varios atributos principalmente en cuanto al contexto y alcance temático y que pueden aportar a la presente investigación, aunque ninguno de ellos tiene que ver específicamente con transmedia de noviolencia se destacan diversos elementos: La noviolencia, entendida como un conjunto de estrategias y procedimientos de lucha y presión que buscan generar cambios sociales significativos (López Martínez, 2012), va más allá de la simple ausencia de violencia. Se trata de un "programa constructivo" (Martínez Bernal, 2017) que abarca diversas esferas, incluyendo lo político, económico, social y cultural.

A pesar de lo anterior, para comprender a fondo la noviolencia, es necesario superar el paradigma de la violencia directa y la guerra como únicas formas de expresión del conflicto (López Martínez, 2004). Abrir perspectivas permite reconocer el valor de la noviolencia en la construcción de paz y la resolución de conflictos.

En este contexto, la educación y la socialización juegan un papel fundamental en la construcción de una cultura de paz (Villa Gómez, 2016). Las narrativas colectivas, las emociones y los procesos de perdón también contribuyen a la comprensión y tratamiento del conflicto de manera no violenta. En este sentido, la transcodificación artística se presenta como una herramienta valiosa para el desarrollo del duelo en las víctimas, permitiéndoles confrontar su pasado y asumir su presente de manera no violenta (Toro Calonje, 2020). El arte, al igual que la palabra, poseen una gran capacidad de simbolización

que los convierte en recursos ideales para este tipo de procesos. Las instituciones educativas, por su parte, tienen la oportunidad de fortalecer el desarrollo de las competencias ciudadanas en sus estudiantes (Amaya, 2016).

Fomentar el pensamiento crítico, la autonomía, la ética, la solidaridad y la propositividad son claves para la construcción de una sociedad pacífica y democrática. Es importante reconocer que la violencia se manifiesta de diversas formas, tanto dentro como fuera de las instituciones educativas (Vásquez & Macias, 2021). Abordar estas problemáticas de manera integral y desde una perspectiva no violenta es fundamental para construir una sociedad más justa y pacífica.

También es importante destacar el papel de los espacios urbanos como lugares de diálogo, interacción social y participación ciudadana (Cárdenas O'byrne & D'Inca, 2016). La transformación de estos espacios hacia la inclusión y la participación es clave para atravesar un proceso encaminado a la evolución.

En definitiva, la no violencia se presenta como un camino viable para la transformación social en Colombia. A través de la educación, la participación ciudadana, el arte y otras expresiones, es posible construir una sociedad más pacífica, justa e incluyente.

Posterior a esta revisión bibliográfica y para complementar esta validación en términos de contexto, se realizó un rastreo de los sitios web de diversas entidades colombianas que trabajan por la no violencia, construcción de paz, transformación pacífica de conflictos, generación de capacidades, etc. y se evidenció que todas estas páginas contienen información valiosa, principalmente como repositorios y contenedores de información que aportan a la conservación de la memoria de la historia del país y el trabajo que se ha realizado desde diferentes frentes para la transformación y la búsqueda de la paz, pero como ninguno de estos sitios web tiene como foco los jóvenes, son contenidos principalmente de archivo, publicación de noticias, informes de investigación, presentación de cifras y proyectos. A continuación, en la Tabla 6 se presenta la revisión realizada:

**Tabla 6**

*Rastreo Sitios Web ONG en Colombia*

| Entidad                         | Sitio web   | Objetivo  | Qué contiene su sitio web   |
|---------------------------------|---|---|---|
| Corporación Colombia Noviolenta | <a href="https://www.colombianoviolenta.org/">https://www.colombianoviolenta.org/</a> | Desarrollar la filosofía de la Noviolencia para diversas organizaciones e instituciones, generando redes y acciones Noviolentas, a partir de procesos de formación, comunicación y cultura.   | Información básica sobre la organización y sus servicios, tienda virtual y algunas galerías de fotos.   |
| Indepaz                         | <a href="https://indepaz.org.co/">https://indepaz.org.co/</a>                         | Acompañar iniciativas sociales y juveniles en proyectos.<br>Trabajar en seguridad ciudadana y seguimiento de planes territoriales.<br>Incidir en políticas públicas sobre tierras, víctimas, justicia, y paz.<br>Monitorear el conflicto armado y violaciones de derechos humanos.<br>Fortalecer organizaciones étnicas y juveniles a través de formación y diálogo multiactor. | *Noticias, libros, revistas<br>*Observatorio de Derechos Humanos  |
| Alianza para la Paz             | <a href="https://alianzaparalapaz.org.co/">https://alianzaparalapaz.org.co/</a>       | Generar capacidades de construcción de paz y transformación pacífica de conflictos, paz territorial, seguridad rural y enfoque de género en el servicio de policía.   | *Publicaciones (libros, revistas, reportes, infografías)<br>*Información de sus programas de acuerdo con sus ejes estratégicos<br>*Recursos audiovisuales<br>*Repositorio de sus campañas |

|                                       |  |  |  |
|---------------------------------------|--|--|--|
| <p>Fundación Ideas para la Paz</p>    | <p><a href="https://www.ideaspaz.org/">https://www.ideaspaz.org/</a></p>         | <p>Generar conocimiento y desarrollar iniciativas innovadoras que buscan incidir y aportar al debate y las políticas públicas, así como fortalecer capacidades institucionales y ciudadanas</p>  | <p>*Informes de investigaciones sobre violencias, construcción de paz seguridad<br/>*Publicaciones que incluyen noticias, columnas de opinión, documentos, videos, infografías</p> |
| <p>Fundación Paz y Reconciliación</p> | <p><a href="https://www.pares.com.co/">https://www.pares.com.co/</a></p>         | <p>Desde sus diferentes líneas trabajan para incidir en las comunidades y en la política nacional para cambiar formas de hacer política y transitar hacia un país en paz</p>   | <p>*Información sobre sus eventos<br/>*Publicaciones de noticias, investigaciones<br/>*Mapas y datos<br/>*Biblioteca</p>   |
| <p>Fundación Paz y Bien</p>           | <p><a href="https://fundacionpazybien.co/">https://fundacionpazybien.co/</a></p> | <p>Promover y fortalecer la organización comunitaria, la participación ciudadana en sectores populares, mediante procesos de educación y formación, Justicia Restaurativa, Empoderamiento Político, la Equidad de Género, la Diversidad Cultural, en una actitud de verdad y reconciliación en el contexto de construcción de paz en Colombia.</p> | <p>Información básica sobre la entidad, algunas noticias desactualizadas y los datos sobre sus diversos proyectos</p>  |

|                          |   |   |  |
|--------------------------|---|---|--|
| Fundación Mahatma Gandhi | <a href="https://edugandhi.org/">https://edugandhi.org/</a> | Promover la práctica de verdad y no violencia, y los principios de Mahatma Gandhi para alcanzar la convivencia pacífica y una sociedad más equitativa | En su sitio web tienen información sobre los servicios que presta la organización, su historia, galería de diferentes eventos, aunque no se actualiza la data desde 2019 |
|--------------------------|---|---|--|

Nota. Elaboración propia (2024).

## 4. Qué se debe tener en cuenta para crear una estrategia transmedia de no ficción

Para cumplir con el objetivo dos de esta investigación que se trata de determinar los factores clave para una estrategia transmedia de contenidos de noviolencia para la ciudad de Medellín, a partir de las necesidades de las ONG's, se realiza inicialmente una revisión de literatura para establecer los elementos o características que debe contener un proyecto transmedia de acuerdo con diferentes autores y a partir de esta información, se aplicaron diversas entrevistas a organizaciones que trabajan la noviolencia y construcción de paz para conocer sus desafíos al enfrentarse a un proyecto transmedia.

El desarrollo de un proyecto transmedia se puede dar de diferentes formas de acuerdo con el planteamiento de cada autor, Scolari (2013), en su libro *Narrativas Transmedia: Cuando todos los medios cuentan*, argumenta que todos los proyectos de narrativas transmedia deben contener por lo menos las siguientes áreas o componentes, todos interrelacionados entre ellos:

**Narrativa:** Contiene la geografía, la historia y los personajes, las preguntas que se deben responder aquí son: ¿Cuál es la historia principal que se desea transmitir? ¿Cuál será el enfoque narrativo utilizado para transmitirla? ¿Quiénes serán los personajes centrales y cómo se desarrollarán sus relaciones? ¿Cuál será el escenario principal y la época en la que se ambientarán las historias? ¿El mundo narrativo será totalmente realista o incluirá elementos de ficción?

**Experiencia:** Se debe involucrar a la audiencia con acciones, recompensas y espacios para la participación respetuosa, permitir que la audiencia influya en la trama, los personajes o el destino final, moderar comentarios y contenidos para garantizar una experiencia positiva, expandir la experiencia al mundo real por medio de eventos, realidad aumentada o interacciones físicas para una inmersión total.

**Audiencias:** Se debe conocer la audiencia a la cual se va a dirigir el proyecto, tener en cuenta su nivel de conocimiento, perfil socioeconómico, este punto está directamente relacionado con la tradicional segmentación de los consumidores, se debe definir quién conforma la audiencia, si es un grupo homogéneo, cómo podrían participar en la experiencia narrativa, se busca de la audiencia un compromiso a corto o a largo plazo y qué tanto control sobre la historia se les puede dar.

**Medios/plataforma:** Se debe construir un mapa que debe ser flexible, en el que se pueda visualizar cómo se puede desplegar el universo transmedia, se debe definir qué medios y plataformas se van a usar teniendo en cuenta que cada una genera diferentes experiencias a los usuarios, en cuanto a los medios, se deben considerar la televisión, libros, cómic, web, Apps, videojuegos, redes sociales, wikis, entre otros. Es importante tener en cuenta qué ofrece cada medio y plataforma y cuál de ellos se adapta mejor a la experiencia que se quiere crear.

**Modelo de Negocio:** Hay producciones transmedia de diversos presupuestos y diferentes formas de financiación, algunas de ellas son: de pago (el consumidor paga por el contenido), freemium (el consumidor recibe parte del contenido gratis y paga por otra parte), patrocinio (el contenido es gratis para el consumidor y el costo lo cubre un benefactor o por medio de publicidad) y crowdfunding (el contenido se financia por medio de micropagos realizados por muchísimas personas)

**Ejecución:** De acuerdo con el tipo de proyecto, a los medios y plataformas seleccionados y al modelo de negocios se puede crear una o varias estrategias para el desarrollo de la producción transmedia, algunas producciones inician con la consecución de fondos y otras con la atracción de audiencias, en la Figura 2 se presenta un modelo para iniciar la producción de NT de bajo costo con algunos contenidos gratuitos lo que permite poner en

marcha la producción, el proceso se reinicia de acuerdo al éxito del circuito y este determinará si es prudente sumar otros medios o plataformas para expandir la narrativa.

**Figura 2**

*Estrategia iterativa para narrativas transmedia low cost*



*Nota.* Tomado de Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan (p. 100), por Carlos Scolari, 2013, Deusto.

En este punto de la ejecución, también se hace mención del equipo de trabajo necesario para el desarrollo del proyecto que va a depender de la magnitud de este, los perfiles o roles fundamentales serían: productor ejecutivo, productor transmedia, director creativo, director de marketing, *community manager* y por cada medio/plataforma el personal técnico esencial como camarógrafos, dibujantes, desarrolladores de apps y web, diseñadores, etc.

Según Irigaray & Lovato (2015) que hace mención del escrito de Hayes (2012) “Cómo escribir una biblia transmedia” se refiere a 5 instancias para desarrollar el modelo de trabajo, estas mismas son mencionadas por Scolari (2013) como los capítulos que contiene una biblia transmedia que son:

Tratamiento: contiene el *tagline* o línea de presentación, la sinopsis, eventos principales de la historia, caracterización de los personajes, guiones, descripción de los escenarios y puertas de entrada de estos a la narrativa.

Especificaciones funcionales: envuelve la lista de los medios que componen la narrativa, las plataformas y canales, interfaz con el usuario, sus recorridos posibles, los eventos clave o principales, el cronograma de producción, etc.

Especificaciones de diseño: incluye la estética o manual de marca del proyecto, el *branding*, *storyboards*, *wireframes*, entre otras.

Especificaciones tecnológicas: encierra los sistemas operativos, dispositivos y plataformas, lenguaje de programación, servidores, gestión de usuarios.

Negocio y marketing: en este punto se deben definir los objetivos del proyecto, los indicadores de éxito, las necesidades de los usuarios, la segmentación, el modelo de negocio, las proyecciones, el presupuesto, el cronograma general, derechos de autor, licencias y propiedad intelectual, equipo de producción.

Como se puede evidenciar, tanto Scolari (2013) como Irigaray & Lovato (2015) coinciden en los componentes principales que debe contener una estrategia de narrativa transmedia, a partir de esta información, se construye la entrevista semiestructurada que se aplicó a las organizaciones mencionadas al final del capítulo tres, específicamente en la Tabla 6; la mayoría de estas organizaciones se encuentran ubicadas en Bogotá, pero la aplicación de sus proyectos tiene alcance nacional. Al intentar contactar a algunas organizaciones, surgieron diversas novedades. La Tabla 7 especifica la información de las entidades contactadas para la entrevista y señala cuáles de ellas participaron en la misma:

**Tabla 7**

*Corporaciones y ONG contactadas para entrevista*

| Entidad                         | Sitio web   | Ciudad     | Contacto                  | Observación   |
|---------------------------------|---|------------|---------------------------|---|
| Corporación Colombia Noviolenta | <a href="https://www.colombianoviolenza.org/">https://www.colombianoviolenza.org/</a>       | Medellín   | Rodrigo Parada Romero     | Entrevista realizada  |
| Indepaz                         | <a href="https://indepaz.org.co/">https://indepaz.org.co/</a>                               | Bogotá     | Juana Cabezas             | Entrevista realizada  |
| Alianza para la Paz             | <a href="https://alianzaparalapaz.org/colombia/">https://alianzaparalapaz.org/colombia/</a> | Bogotá     | Alejandra Quintana        | Se intentó comunicación por diferentes medios, finalmente su secretaria confirmó que sus directivos están fuera del país así que no fue posible obtener respuesta por parte de ellos. |
| Fundación Ideas para la Paz     | <a href="https://www.ideaspaz.org/">https://www.ideaspaz.org/</a>                           | Bogotá     |                           | Son un centro de pensamiento y no realizan proyectos con comunidades  |
| Fundación Paz y Reconciliación  | <a href="https://www.pares.com.co/">https://www.pares.com.co/</a>                           | Bogotá     | Sebastián Solano          | Son un centro de pensamiento y no realizan proyectos con comunidades  |
| Fundación Paz y Bien            | <a href="https://fundacionpazybien.co/">https://fundacionpazybien.co/</a>                   | Aguablanca | Casas Francisco Esperanza | No es posible la comunicación, números desactualizados y no respondieron  |

|                          |   |          |                 |                                   |
|--------------------------|---|----------|-----------------|-----------------------------------|
|                          |   |          |                 | correos ni formulario de contacto |
| Fundación Mahatma Gandhi | <a href="https://edugandhi.org/">https://edugandhi.org/</a>                               | Medellín | Harivadan Shah  | Entrevista realizada              |
| Centro de Fe y Culturas  | <a href="https://www.centrofeyculturas.org.co/">https://www.centrofeyculturas.org.co/</a> | Medellín | Rubén Fernández | Entrevista realizada              |

Nota. Elaboración propia (2024).

De las 8 entidades contactadas fue posible realizar la entrevista a cuatro de ellas, de estas, tres son de Medellín y la otra es de Bogotá con alcance en diferentes municipios de Colombia, otras dos se catalogan como centros de pensamiento, es decir, se enfocan en asuntos de investigaciones y generación de conocimiento, pero no intervienen en los territorios y con las otras dos no es posible establecer contacto en este periodo. A continuación, se presenta un resumen de la entrevista realizada a cada organización, se anexa la transcripción y consentimiento informado que se realizó a cada una de las personas (Anexos 1-8):

1. ¿Cómo desarrollan actualmente los proyectos de noviolencia o construcción de paz?

Colombia Noviolenta: Primero, diagnosticamos las necesidades conociendo la realidad de nuestro público objetivo, aplicando encuestas y entrevistas. Luego, desarrollamos una metodología basada en la escucha y aplicamos actividades adecuadas, como conferencias y talleres de noviolencia en los que enseñamos principios y comunicación noviolenta. También organizamos campamentos y acciones que conecten y abran el corazón de los jóvenes a través del arte y la música usando una metodología tríptica que combina academia, pedagogía y acciones de noviolencia para formar líderes comprometidos con la filosofía de la noviolencia.

Indepaz: Dividimos nuestras actividades en dos bloques principales. El primero son las campañas en redes sociales, dirigidas a jóvenes de 18 a 30 años, para concientizar sobre el

contexto de violencia en el país y promover la exigibilidad de derechos, especialmente durante eventos como el paro nacional, a través de gráficos, encuentros y arte callejero. El segundo bloque consiste en talleres para jóvenes, enfocados en radios comunitarias y comunicaciones en zonas rurales, para amplificar la voz de estas comunidades y formar nuevos líderes, involucrando también a comunidades étnicas y promoviendo la continuidad de liderazgos históricos.

Centro de Fé y Culturas: Implementamos 15 estrategias para nuestra línea de trabajo de paz y reconciliación, algunas de ellas son: la primera es la creación de grupos de reflexión, que se reúnen periódicamente para analizar temas conceptuales y de la realidad con la ayuda de expertos. La segunda estrategia es la deliberación pública, donde se discuten temas de paz y reconciliación de manera serena y argumentada. La tercera es el acompañamiento a grupos comunitarios en la construcción de memoria y resolución pacífica de conflictos. Finalmente, difundimos contenidos relevantes a través de diversos medios de comunicación, incluyendo redes sociales y programas de televisión.

Fundación Mahatma Gandhi: Por medio de varios talleres que se han construido durante los años, uno de ellos es formación de formadores, dirigido a docentes y padres de familia para fomentar los valores de la no violencia.

## 2. ¿Utilizan algún apoyo tecnológico y de qué tipo?

Colombia No violenta: Estamos incursionando en tecnología con la conferencia concierto de Colombia No violenta que tenemos planeada, normalmente utilizamos presentaciones y sonido básico, pero estamos innovando con un QR que da acceso a una cartilla interactiva de no violencia. También estamos desarrollando un dado tecnológico con principios de no violencia, encuestas interactivas y un curso virtual con juegos educativos. Nuestro objetivo es integrar tecnología avanzada y crear espacios virtuales para aprender y promover la no violencia, incluso utilizando inteligencia artificial y el metaverso para un impacto mayor.

Indepaz: Manejamos sistemas de información básicos, como Excel, para apoyar a radios comunitarias que no tienen muchos recursos. Aunque no somos técnicos en herramientas avanzadas, apoyamos el uso de multimedia, incluyendo video y formatos de imagen fija, para crear contenidos que se difunden en redes sociales y otros espacios, promoviendo así la movilización de estas piezas.

Centro de Fé y Culturas: Pues desde hace un par de años para acá, uno de los instrumentos más utilizados y ricos es la transmedia de la Comisión de la Verdad, yo no sé si tú la has mirado, te has metido ahí, entonces sabes muy bien pues que aquello es un océano de documentos, de información, de experiencias en todos los formatos es una cosa que incluso a veces resulta abrumadora de lo rica que es, pero de ahí sacamos el material, mucha inspiración.

Fundación Mahatma Gandhi: Utilizamos muchos apoyos tecnológicos, no sólo libros que se publicaron hace más de 30 años, estos tienen valor como la biografía de Gandhi y para trabajar en Noviolencia este libro no debe faltar de la mesa de noche, utilizan videos de Youtube, charlas Ted, entonces en los últimos 20 años, cada que se da un taller (autocontrol, negociación, liderazgo), hay que estar actualizados.

### 3. ¿Tienen segmentado el público al que se dirigen?

Colombia Noviolenta: Primero, trabajamos con contratantes como gobernaciones o alcaldías que nos conectan con grupos de jóvenes, a quienes formamos como líderes. También hemos reclutado practicantes de Big Data y recibido una donación de Microsoft con la licencia de Azure, donde almacenamos gran cantidad de información. Con ayuda de un equipo interdisciplinario, hemos transcrito y organizado correos, WhatsApp y datos de contacto, creando una base de datos de unas 7000 personas para enviarles información sobre nuestras actividades.

Indepaz: Sí pues, normalmente quien lo define es la comunidad, la segmentación la manejan ellos y para el caso de las radios comunitarias. Bueno, eso sí, van entre los 16 años más o menos hasta los 20, 22 años y obviamente, pues tienen unos, un equipo al lado de personas

mayores que han generado, pues todo el proceso organizativo que acompañan esos procesos

Centro de Fé y Culturas: Pues sí, eh, digamos hay un público preferencial de alguna manera pues que son los jóvenes de distintos sectores, de distintos estratos. A veces eso lo trabajamos en comunidades concretas, en grupos parroquiales concretos y otras veces, pues es una cosa un poco más abierta dependiendo de los temas, a veces, por ejemplo, dirigimos cosas a docentes, cuando estamos trabajando cosas de características educativas y en otros momentos, empresarios, o sea, dependiendo también del tipo de actividad o de contenido o de propósito que tengamos, hay unos públicos diferentes, pero diría que en general son jóvenes, por personas del mundo educativo, docentes, administrativos, docentes, etcétera, empresarios y público en general.

Fundación Mahatma Gandhi: En parte sí lo tienen segmentado porque no pueden discriminar nada, pero no porque cuando van una comuna evidencian que los ricos necesitan mucho más porque los ricos a veces son violentos en algunas maneras, más que los pobres, los pobres pueden ser más humildes, los ricos son más soberbios.

4. ¿El público que ustedes intervienen tienen acceso a dispositivos como celulares inteligentes, tablets, computadores?

Colombia Noviolenta: Yo diría, me atrevo a decir el 97%, sí. La generación z, que es la que ahorita está, que son chicos entre me imagino 13 y 14 años hasta los 20, esa generación es a la que generalmente vamos de 14 a 25 años y esa generación ya tiene, está inserta en este mundo tecnológico ya. O sea, es realmente para decirte muy sinceramente, creo que he visto por ahí 3 o 4 personas que he conocido que no tienen tanto acceso, aunque lo tienen, pero es sobre todo, gente de resguardos indígenas o, por ejemplo, de El Bagre Antioquia, es súper alejado y casi no tienen tecnología con Wifi y todo ese tema, pero es una entre los 1000 que formamos entonces el resto sí, la verdad, la verdad es que casi como te digo, yo creería, me atrevería a decir, un 97% de los jóvenes que nosotros atendemos tienen

dispositivos, tienen acceso a Internet lo sé, porque incluso muchos de ellos lo hemos hecho, incluso virtual.

Indepaz: Sí, casi yo diría que el 100% tienen acceso a al celular y de hecho es la herramienta por la cual empiezan a manejar todos los procesos y obviamente pues en menos casos un computador, algunas comunidades buscan apoyos para la consecución de computadores por medio del gobierno o también consolas el sonido, compran también micrófonos, cámaras, etcétera.

En el Catatumbo han desarrollado algún proceso x en ese sentido, pero normalmente la herramienta principal que tienen cuando no pueden acceder a nada más son los celulares.

Centro de Fé y Culturas: Sí, eso yo creo que hoy en día es una característica muy concreta, casi todo el mundo, pues hay excepciones, pero casi todo el mundo tiene acceso a eso. No todo El Mundo tiene acceso a conectividad de buena calidad, eso sí es distinto, es decir, a veces hemos estado en zonas rurales o en municipios o qué sé yo, en donde todo el mundo tiene celular en la mano, pero se tiene que salir para la esquina porque la señal no entra.

Fundación Mahatma Gandhi: Sí, la mayoría tiene acceso, sea el público que sea, de todas maneras, nosotros entregamos todo el material que se requiere en los talleres, como son presenciales.

5. ¿Sabe de qué se trata una narrativa transmedia y cómo podría impulsar y ampliar los públicos de los proyectos de noviolencia?

Colombia Noviolenta: Mi conocimiento académico se centra en la narrativa, especialmente en cómo contar historias a través de la tecnología, como en transmedia. La idea es usar esta técnica para contar historias de noviolencia y llegar a más personas. Esto se alinea con nuestra conferencia concierto, que narra mi vida y la creación de Colombia Noviolenta, buscando conectar con las experiencias personales de los demás y captar su atención.

Indepaz: Sí, varios colectivos han desarrollado procesos creativos durante el paro, utilizando videos, camisetas con mensajes, stencils, pósters, música, libretas y carteles para generar

contenido diverso. Estos esfuerzos buscan uniformidad y presencia en espacios públicos, mientras que en el ámbito digital crean videos, imágenes y noticias radiales para llegar a diversos públicos y adaptarse a distintos medios.

Centro de Fé y Culturas: La ventaja de los instrumentos transmedia es que se comunican en el lenguaje y la gramática de los distintos públicos, adaptándose a sus formas de consumir medios. No todos ven televisión o escuchan radio de la misma manera, y los transmedia permiten llegar a cada audiencia de manera útil y efectiva. Sin embargo, como cualquier canal de comunicación, pueden transmitir tanto mensajes valiosos, como la promoción de la noviolencia y la paz, como mensajes de odio; el contenido depende del emisor y la recepción del receptor.

Fundación Mahatma Gandhi:

6. ¿Qué temas considera que se podrían desarrollar en un proyecto transmedia de noviolencia? ¿Qué tipo de historias se podrían contar? del conflicto como tal, de transformación, de superación personal, de pasiones.

Colombia Noviolenta: Me enfocaría en resaltar testimonios de noviolencia en lugar de violencia, como hace la Comisión de la Verdad, destacaría acciones positivas y experiencias de resistencia civil en comunidades indígenas y otros líderes locales. Además, narrar historias de figuras emblemáticas como Gandhi, Luther King y Mandela para inspirar y promover la noviolencia.

Indepaz: Aunque a menudo contamos lo negativo debido al conflicto constante, propongo resaltar historias positivas, como un proyecto reciente en La Guajira donde una comunidad desplazada por la extracción de carbón replanificó su territorio y logró auto-sostenibilidad y cohesión sin apoyo estatal. Este proceso exitoso no ha sido sistematizado ni contado adecuadamente, lo que impide su replicación en otras comunidades. Este proceso se debería documentar para contar la historia a través de documentales u otros medios para inspirar y guiar a otras comunidades en situaciones similares.

Centro de Fé y Culturas: Las historias de superación, tanto individuales como colectivas, son muy consumidas y apreciadas, especialmente las de éxito. Sin embargo, el país necesita más historias de acogida y reconocimiento del diferente, y relatos donde el proceso y el aprendizaje son valorados más que el éxito rotundo. La mayoría de la gente trabaja duro diariamente, y estas historias de esfuerzo constante y paciente deberían ser reflejadas y valoradas, en lugar de las excepcionales de éxito instantáneo.

Fundación Mahatma Gandhi: Hay muchas historias empezando con Mandela, Mahatma Gandhi y Martin Luther King, se ha aprendido de ellos, mira a Mandela la cantidad de años allá, la noviolencia es para valientes porque un cobarde es muy fácil coger un cuchillo y un revolver para dominar, pero para trabajar la noviolencia hay que ser muy valiente para poder poner la otra mejilla, pero no pasa nada, yo he puesto muchas veces la otra mejilla y no pasa nada. Hay historias para emprendedores o de muchas personas que les puede cambiar la vida a través de la educación, por eso nuestra fundación ha optado por esta área porque sin educación en un pueblo no hay futuro, además educando a una persona hay efecto de multiplicación porque un líder puede ayudar a 10, 100 o millones de personas. El primer paso es hablar en su mismo idioma

7. ¿Cuáles medios/plataformas considera que pueden funcionar en una estrategia transmedia de acuerdo con su público? Web, documental (video), App, videojuego, redes sociales, cartografía, podcast.

Colombia Noviolenta: Para atraer a los jóvenes, las redes sociales como YouTube, Instagram y TikTok son clave, mientras que Facebook es más utilizado por adultos. Además, sería ideal crear algo innovador con inteligencia artificial y el metaverso, como avatares para promover acciones de noviolencia, y desarrollar aplicaciones para denunciar violencia y organizar acciones concretas de manera pasiva y segura.

Indepaz: Para llegar a las comunidades, es importante usar un lenguaje simple, como infografías, que son efectivas, las redes sociales, especialmente TikTok, son plataformas que consumen diariamente y facilitan la transmisión de información. Aunque también se usan

Twitter, Instagram y talleres con infografías y plataformas web, las redes sociales personales son las más efectivas para compartir información rápidamente.

Centro de Fé y Culturas: Pues mira, yo he ahí te confieso que para el Centro de Fe y Culturas no tiene en la Comunicación uno de sus fuertes, yo creo que hacemos cosas valiosas y nos esforzamos, pero hablando en de nuestra experiencia, creo que es una combinación de todas esas cosas.

Fundación Mahatma Gandhi: Primero *fakenews*, se necesita filtrar información porque hoy en día es muy importante hacer filtración, siempre tenemos afán entonces reenviamos videos y no le ponemos cuidado en muchas ocasiones por la inmediatez. Hay mucha literatura y entre más antigua es más válida en términos de no violencia, talleres, ferias.

8. ¿Cuáles contenidos cree que pueden generar mayor acogida entre su público?  
Animaciones, teatro, música, talleres, conciertos, expresiones artísticas (bailes urbanos, graffiti), movilizaciones ciudadanas, fotografía.

Colombia Noviolenta: Reflexionando sobre el impacto de Steve Jobs, creo que debemos crear una tecnología inspiradora que promueva la no violencia y mejore a la humanidad, similar al impacto del iPhone. Este proyecto debería combinar inteligencia artificial, metaverso, redes sociales, música y talleres virtuales. El éxito dependerá no solo de la herramienta en sí, sino de la energía y espíritu con que se implemente.

Indepaz: El arte, como los murales, es muy efectivo para captar la atención de las comunidades, ya que fomenta el trabajo colectivo y puede resignificar espacios con memorias dolorosas, como hicimos en Risaralda. Además, los talleres participativos y el uso de mapas de actores son métodos familiares para ellos. Las comunidades también valoran mucho los procesos artísticos como el baile, los juegos tradicionales, el performance y el canto, que ayudan a transmitir discursos y exigencias culturales.

Centro de Fé y Culturas: Desde nuestra experiencia, los medios y plataformas disponibles hoy en día son clave para comunicar, si tuviéramos más recursos, exploraríamos más el

video corto, que combina el aspecto emocional con la presentación de rostros y realidades. Las expresiones estéticas, como exposiciones fotográficas u obras de teatro, son fundamentales para conectar con el público, especialmente los jóvenes, y contar historias de vida de manera fluida y efectiva.

Fundación Mahatma Gandhi: Cuando hacemos festivales, vamos a los colegios y los dejamos escoger entre diferentes opciones, algunos eligen teatro, otra danza, otro dibujo, otros poemas, todo lo hemos hecho, inclusive hemos ido y hacemos bibliotecas, pintamos la zona.

9. ¿Tienen capital para desarrollar un proyecto de este tipo o forma de financiarlo por medio de un patrocinador o convocatoria pública?

Colombia Noviolenta: Podríamos hablar con los empresarios para decirles, vea, necesitamos esto con el sector, por ejemplo, con Fenalco, algo de tecnología, ellos ya nos dijeron eso, tú me dices, qué necesitan y yo le hablo a ese grupo específico de empresarios y les digo a ellos, quien levanta la mano porque esta corporación necesita esto a nivel de transmedia, necesitan estos equipos o estos videos. En este momento no tenemos recursos, pues como para hacer, pero podría conseguir, me podría conseguir patrocinadores que les mostremos el proyecto y ellos digan listo.

Indepaz: Con la Cooperación Internacional, creamos agendas basadas en relaciones de confianza con organizaciones y comunidades. Identificamos necesidades específicas para movilizar recursos de manera menos intrusiva. Los proyectos responden a objetivos específicos, como generar metadatos sobre violencia o apoyar a guardias campesinas, indígenas y afros. Esto incluye recursos culturales, artísticos y multimedia para fortalecer las comunidades.

Centro de Fé y Culturas: El Centro no cuenta con el capital ni un equipo multidisciplinario específico para proyectos comunicativos. Aunque valora la importancia de la comunicación en los proyectos, su enfoque principal es en proyectos formativos y de desarrollo

comunitario, donde la comunicación es un componente clave, pero no central. Esto marca una diferencia en su enfoque respecto a ser una institución productora de medios.

Fundación Mahatma Gandhi: Hay que estudiarlo porque la mayoría del recurso era de mi familia, sí teníamos otras personas de la fundación de segundo nivel que nos ayudaron algunas veces, es difícil, pero presentando un buen proyecto conjuntamente con las universidades que estamos colaborando se puede buscar un patrocinador.

10. ¿Podrían acceder a un equipo multidisciplinario para desarrollar un proyecto transmedia?

Colombia Noviolenta: Desde me acabó de ofrecer gente de producción, de audio, de video, yo creo que podríamos hacer también la gestión en la Santo Tomás, creo que tiene bueno La Rioja, en Unir también hay proyectos tecnológicos, hay, o sea, ahí hay un montón de cosas de multimedia y transmedia también que ellos tienen, entonces miramos en cada Universidad que tenemos conexión y alianza y ya un convenio firmado y les decimos necesitamos tantas personas con estos perfiles.

Indepaz: Sí, dependiendo del proyecto y también de nosotros, no incitamos como a que las personas se metan en un proyecto que simplemente no pueden estar. De hecho, las personas que llegan como practicantes en Indepaz empiezan por una línea investigativa o de trabajo de acuerdo con su gusto, entonces digamos que sigue siendo esa línea, solemos tener como mucha movilidad todos los investigadores y quienes apoyan en temas técnicos. Nos apoyamos entre todos, pero sí, sí, sí solemos tener como un equipo que es bien diverso en sus conocimientos.

Centro de Fé y Culturas: No contamos con uno

Fundación Mahatma Gandhi: Yo siempre conseguí patrocinadores, hay muchos estudiantes y empresas que pueden aportar, a veces hay que arrodillarse las veces que se necesite, tenemos un contador y otros trabajadores que trabajan gratuitamente, hasta el conductor lo hace.

11. ¿Considera que una narrativa transmedia le puede dar un valor agregado a los proyectos de noviolencia?

Colombia Noviolenta: No solo que puede, sino que es imperante hacerlo, yo siento que la tecnología es lo que... nosotros estamos ahorita en pañales, pero yo olfateo que en 10 años menos, tal vez 5 años, todo se va a volcar a la tecnología, yo le calculo máximo 10 años en que todo esté a nivel tecnológico y que ya lo incluso, lo que es análogo en este momento pasa un segundo plano, estoy consciente de que es una necesidad imperante que nos traslademos a la tecnología.

Indepaz: Sí, estas herramientas son de mucha ayuda para nosotros, ahorran tiempo y recursos. Actualmente, estamos desarrollando una campaña con Pacifista para prevenir el reclutamiento de menores, enfocándonos en redes sociales como TikTok, Facebook y WhatsApp. Planeamos crear contenido diverso, incluyendo un documental en formato vertical para redes sociales, articulando esfuerzos periodísticos, académicos y de producción audiovisual para transmitir mensajes preventivos y educativos.

Centro de Fé y Culturas: El uso de una estrategia transmedia sería beneficioso, aunque actualmente su implementación en el centro es más empírica y limitada debido a recursos. Aunque cuentan con un responsable de comunicaciones, los recursos disponibles son ajustados. Ven esta estrategia como una adición a otras iniciativas, como parte de su contribución a la paz y la noviolencia en la región.

Fundación Mahatma Gandhi: Sí, claro, totalmente.

Aspectos para resaltar de las entrevistas:

Una vez realizadas las entrevistas a estas organizaciones es posible determinar diferentes características, necesidades y puntos de encuentro en sus quehaceres en cuanto a los proyectos de noviolencia y construcción de paz que realizan, en primer lugar, las tres organizaciones de Medellín tienen una marcada tendencia espiritual; en cuanto a la forma

como desarrollan sus proyectos actualmente, a continuación, se presenta un análisis de los principales hallazgos de estas entrevistas:

Se evidencia que todas tienen como componente central de sus proyectos la formación y educación y lo aplican por medio de talleres, conferencias y otras formas tradicionales en aras de transmitir conocimientos y habilidades relacionadas con los principios de noviolencia, resolución de conflictos y reflexión, utilizan metodologías para fomentar el desarrollo de capacidades, la promoción de liderazgos, espacios de escucha e intercambio de ideas, aplican diversas herramientas basadas en la participación activa de las comunidades principalmente por medio del arte y la cultura, a través de: arte callejero, radios comunitarias, campañas de redes sociales, publicaciones, música, entre otras.

El uso de herramientas tecnológicas es un reto para estas organizaciones, algunas usan herramientas muy básicas, otras tienen un nivel de adopción de tecnología más alta, todas coinciden en un uso básico de redes sociales, presentaciones, sistemas de información, usan recursos de otras plataformas como la de la Comisión de la Verdad, se expresa una necesidad en el cierre de brechas y la actualización e integración de herramientas tradicionales y modernas que permitan aprovechar el potencial que tiene la tecnología para la promoción de la paz y la construcción de noviolencia.

Las organizaciones entrevistadas en su mayoría son convocadas a trabajar con diversos grupos lo que no les permite tener una segmentación previa de su público, en ocasiones realizan una segmentación demográfica básica para poder preparar el material y los talleres que les van a dirigir, la mayoría de las organizaciones priorizan a los jóvenes como grupo de interés, pero amplían su alcance a otros grupos como docentes, padres de familia y empresarios, el asegurar una estrategia de segmentación que considere aspectos culturales, demográficos, socioeconómicos, contextuales permitirá abordar mejor las necesidades de cada grupo a intervenir diseñando estrategias más personalizadas y efectivas que contribuyan en la construcción de una paz duradera.

En cuanto a historias a considerar en un proyecto transmedia de noviolencia se inclinan más hacia narrativas de superación personal, que muestren la cotidianidad, el esfuerzo y persistencias personales, utilizando expresiones artísticas y culturales que puedan ayudar a conectar con el público, por medio de redes sociales como YouTube, Instagram, TikTok y Facebook y la integración con los tradicionales talleres, plataformas web, además de explorar la posible aplicación de inteligencia artificial y metaverso en un futuro cercano.

Uno de los componentes comunes más fuertes en este tipo de organizaciones está asociado a la limitación de recursos, Indepaz por trabajar proyectos de cooperación internacional desde tiempo atrás está más fortalecido en este punto al igual que cuenta con un equipo multidisciplinario propio y todos integran en sus equipos aprendices para el desarrollo de sus proyectos, esto es una ventaja en términos de costos y aporte de nuevas ideas y perspectivas pero trae consigo diversos retos en inversión de tiempo de capacitación o alineación de los objetivos de los proyectos, capacitación y alta rotación del equipo, para ellos, el trabajar la estrategia transmedia a partir de una hoja de ruta podría cerrar diversas brechas en el desarrollo de este tipo de proyectos.

## **5. Hoja de ruta para la creación de una estrategia transmedia de no violencia en Medellín**

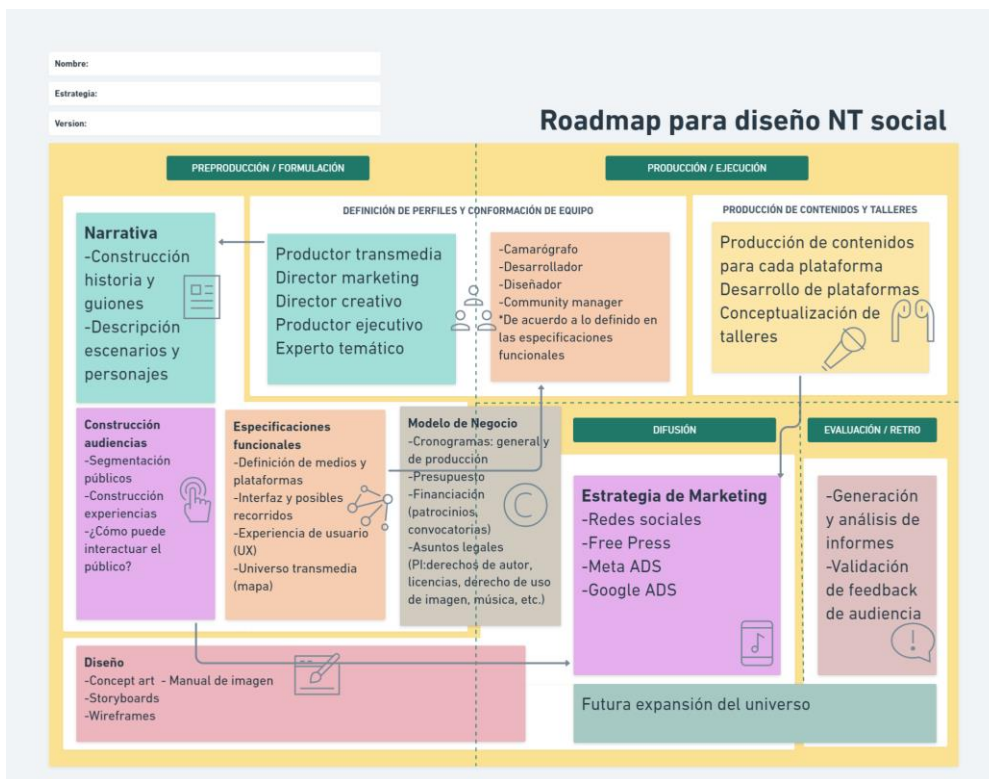
Una vez validado por medio de literatura diferentes características y factores importantes que debe contener una narrativa transmedia y conocer las necesidades de diferentes organizaciones que trabajan en asuntos de no violencia y construcción de paz en Medellín y a nivel nacional se construye una hoja de ruta inicial, como se muestra en la figura 3., dividida en varias fases: la primera es la preproducción o formulación, la segunda es la producción y ejecución, la tercera, la difusión y última, la retroalimentación.

En cuanto a los módulos contenidos en estas fases, en el centro se encuentra el modelo de negocios que contiene cronogramas, presupuestos, la financiación y asuntos legales asociados, el siguiente es la construcción de la narrativa, la descripción de escenarios y personajes, el siguiente es la conformación del equipo de trabajo, continúa la definición de especificaciones funcionales, luego la construcción de audiencias, posteriormente asuntos de diseño, producción de contenido, difusión del proyecto, retroalimentaciones y planeación de la posible expansión del universo transmedia.

Partiendo de esa construcción inicial se validó por medio de algunas entrevistas con expertos en la construcción de proyectos de narrativa transmedia y se realizaron diferentes ajustes que se presentan en la figura 4.

**Figura 3**

*Versión 1. Hoja de ruta para el diseño de narrativa transmedia de no violencia*



*Nota.* Elaboración propia (2024)

**Hoja de Ruta para el Diseño de una Narrativa transmedia de no violencia**

Esta hoja de ruta representada en la figura 3. se divide en 4 partes, la primera es la preproducción y formulación, la segunda es la producción y ejecución, la tercera es la difusión, la cuarta es la evaluación y retroalimentación y comprende la futura expansión del proyecto.

Para la construcción de una narrativa de diseño transmedia es importante seguir los siguientes pasos:

1. Se crea la cabeza del equipo de trabajo, es importante contar con los roles de: Productor transmedia, director de marketing, productor ejecutivo y un experto temático de acuerdo con la problemática social que se quiera abordar, para este caso sería un experto en el desarrollo de la filosofía de la noviolencia, una misma persona puede cubrir varios roles pero deben estar definidos, idealmente una de estas personas debe permanecer a lo largo del proyecto o en caso de que no sea posible por rotación del equipo, tener todo debidamente documentado y hacer las entregas correspondientes para evitar perder coherencia del proyecto a lo largo del tiempo.
  - 1.2 Esta parte de conformación del equipo corresponde a la fase de producción y ejecución, esta se encuentra condicionada principalmente con las especificaciones funcionales pues de acuerdo con las plataformas definidas se establecen los roles que se requieren como camarógrafos, desarrolladores, diseñadores, community manager, diseñadores de moda, entre otros.
2. La definición del modelo de negocio es un elemento central en el proyecto pues contiene los cronogramas, tanto el general que se debe realizar en la primera fase como el de producción que se realiza una vez se definan las especificaciones funcionales, aquí se establecen presupuestos y se determina la forma de financiación que puede ser modular, es decir, la producción de los contenidos puede planearse modularmente y presentar convocatorias para cada módulo, una convocatoria para una serie web, otra convocatoria para realizar unas micro historias en redes sociales, otra para el desarrollo del sitio web, es importante contemplar en el presupuesto el pago y renovación del hosting y dominio por lo menos para 5 años
3. Realizar un diagnóstico de comunicación y la segmentación de públicos, con este se realiza el mapeo de actores, la identificación de los líderes en los grupos a intervenir, permite conocer cuáles son los medios, canales y plataformas más apropiadas, al igual que los temas relevantes para las audiencias, los recursos actuales y

potenciales que tiene la comunidad, en cuanto a la segmentación se deben tener en cuenta datos demográficos, conocer sus intereses, hábitos, creencias, estilo de vida, valores, conocer los dispositivos tecnológicos a los que tienen acceso.

Al obtener esta información y analizarla será el punto de partida no sólo del punto 3 sino de la construcción de la estrategia de marketing (punto 9) y los diseños (punto 5)

En este apartado también se realiza posteriormente la construcción de experiencias de los usuarios, y la definición de cómo puede interactuar el público, en qué momentos se vuelven prosumidores.

4. Con un equipo de trabajo conformado y conociendo el público se empieza la construcción de las historias, guiones, se definen los escenarios y personajes.
5. Este punto es el más fuerte en definición de especificaciones técnicas del proyecto, aquí se da la definición de los medios y plataformas a utilizar, cómo se van a dar los posibles recorridos del público, todo se debe diseñar de acuerdo a la experiencia de los usuarios (UX) y la usabilidad, se crea el mapa del universo transmedia que sería un gráfico con todas las conexiones posibles para que todas las personas se puedan familiarizar y se hace una lista para el chequeo de los 7 principios de transmedia que se estará validando constantemente y principalmente en el punto 10 al momento de hacer el testeo.

Se recomienda incluir un sitio web también hará las veces de contenedor de los productos desarrollados, en la elección de los medios y plataformas se debe incluir mínimo 3, uno análogo y dos digitales.

6. A partir de definiciones de los puntos anteriores se empieza el trabajo de diseño, tanto gráfico como de las plataformas, se establece un manual de imagen para el proyecto, el tono de comunicación, etc. la creación de los storyboards, wireframes, etc.
7. En este paso se realiza la producción de los contenidos tanto digitales como análogos, pueden ser talleres o ferias, conciertos, campamentos.

8. La difusión sería la tercera fase del proyecto, en este punto se desarrolla la estrategia de marketing y publicidad, se definen las redes sociales en las cuales se quiere tener presencia, se realiza la planeación de la pauta tanto en Google como en Meta y se desarrollan los contenidos para redes, esto parte del diagnóstico de comunicación y la segmentación de públicos y de aquí salen diversos requerimientos de diseño gráfico y audiovisual. La estrategia de marketing debe estar diferenciada de los contenidos desarrollados del proyecto transmedia para redes sociales, es decir, si se determina por ejemplo el desarrollo de microhistorias para Tik Tok, estas por sí solas no serían parte del plan de marketing, podrían ser complementarias pero el plan de marketing no se debe centrar solamente en los contenidos del proyecto.
9. La Evaluación, testeo y retroalimentación componen la cuarta fase del proyecto, en esta se realiza el testeo de las plataformas antes de realizar el lanzamiento del proyecto y en un segundo momento tiene a su cargo la validación del *feedback* de las audiencias puede ser por medio de herramientas como el *Net Promoter Score* o NPS que ayuda a identificar la probabilidad de recomendación del proyecto y la generación de informes con indicadores cuantitativos de la plataforma y cualitativo de acuerdo con el *feedback* recibido.
10. La proyección a futuro está contenida en la cuarta fase y de acuerdo con el análisis de la información del punto 9 se define la expansión del universo transmedia, la inclusión de nuevos medios y plataformas o la renuncia de alguno implementado inicialmente.

Partiendo de lo anterior, se contactaron diferentes expertos en producción transmedia y se logró concretar entrevista con las siguientes personas expertas en comunicación y desarrollo de proyectos transmedia sociales:

**Tabla 8***Expertas en proyectos transmedia contactadas para entrevista*

| <b>Nombre</b>                 | <b>Perfil y experiencia</b>   |
|-------------------------------|---|
| Catalina Hoyos Ortega         | Comunicadora gráfica publicitaria, magister en comunicación digital, tecnóloga en administración de redes de computadores, experta en dirección, conceptualización y realización de estrategias de comunicación y contenidos digitales, con experiencia en articulación de proyectos transmedia con componentes análogos y digitales como La esquinadelmovimiento.co, Caballito de Mar, Madre Selva de Teleantioquia. |
| María Isabel Zapata Cárdenas  | Comunicadora Social-Periodista, profesora de la Facultad de Comunicaciones y Filología de la Universidad de Antioquia. Candidata al Doctorado en Educación y Comunicación Social de la Universidad de Málaga, España. Investigadora en temas de comunicación digital, apropiación social de las TIC, producción de contenidos digitales y proyectos transmedia.   |
| María Cristina Pinto Arboleda | Comunicadora Social y Periodista, doctora en comunicación, cambio social y desarrollo por la Universidad Complutense de Madrid, con estudios de especialización en Información Internacional y Países del Sur, con experiencia en docencia e investigación en comunicación y desarrollo social.   |

*Nota.* Elaboración propia (2024).

A continuación, se presentan las preguntas y un resumen de cada una de las respuestas de las entrevistas realizadas a las expertas en narrativas transmedia que aportaron información muy valiosa para el ajuste de la hoja de ruta que es el objetivo de la presente investigación, las entrevistas y transcripciones completas se anexan a esta investigación, están enumerados del 9 al 15.

1. Además de estos elementos, ¿considera que sobra o falta algo para crear una narrativa transmedia para difundir procesos de noviolencia en Medellín?

Catalina Hoyos indica que para crear una estrategia transmedia efectiva es importante que se incluya que deben incluir una cantidad mínima de contenidos, por lo menos tres: uno análogo y dos digitales, además se debe diferenciar entre los elementos narrativos y paratextuales y evitar confundir las estrategias de publicidad con la inclusión de elementos de la narrativa en redes sociales, la difusión en redes del proyecto por sí sola no haría parte de la narrativa, también se debería incluir un control de calidad previo al lanzamiento, basado en los 7 principios de Jenkins, esto permitirá asegurar que se cumplan ciertos estándares.

De acuerdo con Benavides Estévez et al. (2020) en el libro Manual de Narrativas digitales que hace mención del escrito Confesiones de un Aca-Fan de Jenkins (2010) Estos principios son: 1. Expansión vs. Perforabilidad: la expansión es la responsabilidad que asumen las audiencias de compartir los contenidos y la perforabilidad tiene que ver con la creación de fanáticos del proyecto, ellos empiezas a investigar mayores datos de cada elemento del universo; 2. Continuidad vs. Multiplicidad: este tiene que ver con la coherencia de los contenidos en los diferentes medios y plataformas que se presenta; 3. Inmersión vs. Extracción: la inmersión se refiere a la experiencia de involucrar a la audiencia en algún aspecto del universo transmedia y la extracción con que la audiencia tome elementos que presenta el proyecto para su vida, como el uso de *merchandising*; 4. Construcción de mundos: es la creación de diferentes escenarios, historias y personajes que aunque se puedan dar en diferentes momentos conservan una uniformidad en términos del origen de la historia, del comportamiento de los personajes y un tiempo específico, que aunque las historias sean diferentes en las plataformas, los datos básicos deben tener coherencia, es decir, si el personaje principal es de Aranjuez y nació en 1988 en una micro historia de Tik

Tok, si lo presentamos en una serie web no se puede decir que es de Manrique y nació en 1992; 5. Serialidad: permite fomentar la exploración de nuevas historias por parte de los usuarios por medio de diversas entregas, con el fin de mantenerlos conectados con el proyecto; 6. Subjetividad: se deben presentar las historias a través de los puntos de vista de los diferentes personajes que la componen y 7. Interpretación: es la propuesta de los prosumidores de acuerdo a su visión en la expansión de los contenidos.

A esa misma pregunta, María Isabel Zapata manifiesta que al diseñar una narrativa transmedia con un enfoque social, más allá de tener en cuenta las premisas de teóricos como Jeff Gómez y Henry Jenkins, es crucial considerar el contexto social y se debe reforzar algo en el título que es el compromiso con lo social, con la noviolencia. La tecnología debe adaptarse a las necesidades del proyecto, que en este caso tiene un enfoque en la noviolencia, muy distinto a lo que se hace para el entretenimiento comercial. Es fundamental entender la audiencia y el contexto local, en algunas poblaciones de Colombia se pueden tener limitaciones tecnológicas. La estrategia debe incluir tanto elementos digitales como análogos, considerando las realidades del país, también es importante tener presente en las futuras expansiones la inclusión de tendencias tecnológicas emergentes, como la realidad aumentada y el metaverso.

Para María Cristina lo primero es realizar un diagnóstico previo de comunicación, antes de cualquier intervención, para conocer las necesidades, capacidades y consumos culturales de las audiencias y con este poder proceder con la segmentación del público y tomar decisiones estratégicas en el proyecto, las organizaciones pecan porque suelen creer que conocen a sus públicos, pero es importante consultarlos directamente. Para ella, se resumen muy bien todas las tareas, porque no es fácil llegar a este nivel de abstracción y ponerlo en un gráfico, es un proceso que todos los que trabajado este tema saben que es complejo, este es muy completo y valioso para fines académicos, pero para el futuro se podrían derivar otros gráficos más básicos y volverlos tipo cartilla con paso a paso para

facilitar la divulgación y la entrega del conocimiento a organizaciones y comunicadores comunitarios.

2. La mayoría de las organizaciones que trabajan estos temas y en general, las empresas sin ánimo de lucro tienen un presupuesto bastante limitado y estos proyectos los podrían desarrollar principalmente con practicantes, ¿qué recomendación podría dar para que puedan ser proyectos rápidos y que si se debe dar un cambio de parte del equipo de trabajo se mantenga la coherencia del proyecto?

Catalina manifiesta que es muy importante planificar bien para poder mantener el proyecto a largo plazo puede ser hasta los 10 años para que se dé una correcta apropiación; preferiblemente utilizar un sitio web como contenedor de lo que se va a producir y teniendo en cuenta que un periodo de prácticas dura entre 3 y 5 meses la producción se puede dividir en fases primero enfocándose en lo narrativo, lo estético y gráfico, y luego en la creación de series, de microhistorias para redes sociales, otra cosa es que la persona que lidera el proyecto debería estar siempre presente para asegurar consistencia o al menos una de las figuras clave, como el productor transmedia o el director creativo, uno de ellos debería permanecer a lo largo del tiempo para garantizar continuidad y coherencia.

Mientras que para María Isabel el recurso humano es un cuello de botella en estos proyectos porque hay momentos en los que se necesitan experticias muy puntuales, aquí se presenta una gran oportunidad y es crear un diálogo de saberes multidisciplinarios donde cada especialista, desde ingenieros, diseñadores, creativos, hasta antropólogos puedan aportar valor. Es crucial tener un líder que guíe al equipo joven, principalmente a los practicantes que pueden aportar mucha frescura y tener muy buena intención, pero también son propensos a errores debido a la falta de experiencia, este líder debe tener la capacidad de coordinar e integrar los conocimientos de todos los miembros del equipo.

Por su parte María Cristina opina que se debe pensar en el proyecto con una visión a largo plazo y darle la importancia a este, indiferente de las personas que pasen por él, se deben utilizar herramientas tecnológicas que sean viables a largo plazo, contemplando la financiación por lo menos en un mediano plazo, considerando por ejemplo el pago del hosting para los siguientes 5 años, se deben involucrar a los participantes del proyecto en un proceso de transferencia de conocimiento entre los que se van y los que llegan que permitan establecer un proceso de capacidades instaladas en cada fase del proyecto para facilitar la continuidad.

3. ¿Cree que una narrativa transmedia puede aportar en procesos educativos, de apropiación social del conocimiento o de construcción social?

La respuesta de Catalina es afirmativa e indica que actualmente consumimos contenidos de manera natural y las narrativas transmedia pueden aportar al proporcionar experiencias inmersivas y sensoriales que facilitan el aprendizaje y la toma de decisiones. Estas herramientas permiten una diversificación en la forma de contar historias, lo que sensibiliza y genera conversaciones sobre temas importantes. Al integrar elementos como gamificación, el humor y formatos multiplataforma, se pueden crear ecosistemas narrativos que propicien la vinculación y apropiación de las audiencias. Además, se permiten incluir contenidos educativos, glosarios y microhistorias, aquí todo cabe, reforzando siempre la relevancia y el impacto del contenido, mientras las personas se sientan identificadas.

De igual manera María Isabel da una respuesta positiva a la pregunta y extiende su explicación exponiendo que se debe planear desde el sistema transmedial para integrar los procesos educativos y comunicacionales donde la audiencia no sólo consuma el proyecto, sino también participe en talleres, lecturas y encuentros para fomentar el intercambio de conocimientos. Esto no debe limitarse al proyecto en sí, sino extenderse a la comunidad,

aunque a menudo la falta de presupuesto y planificación puede dificultar la ejecución completa de estas fases educativas.

Así mismo, María Cristina indica que sí puede aportar porque cumple con las expectativas y consumos culturales de las audiencias actuales, que buscan aprender a lo largo de la vida de forma autónoma, promueven formas de interacción, ubicuidad e instantaneidad, además dan la posibilidad de utilizar el juego como herramienta de aprendizaje, sirven para compartir conocimientos y utilizarlos como herramientas educativas para tratar determinadas temáticas en las aulas, alimentan los contenidos en línea y responden a las dinámicas actuales de la forma como accedemos al conocimiento.

4. ¿Cuáles medios y plataformas consideran que pueden lograr mayor alcance entre adolescentes y jóvenes entre 12 y 22 años?

Catalina expone que ha realizado varios estudios de públicos para esas edades y TikTok es la plataforma que logra mayor alcance, también es muy importante la presencialidad en instituciones educativas. Instagram no es tan efectivo para este grupo, ellos prefieren formatos más dinámicos y rápidos. Los adolescentes se enganchan más con contenidos más light que les permiten expresarse libremente, aunque puedan generar controversias por su inexperiencia y lenguaje inapropiado, hay que orientarlos un poco con esto, pero no coartar su libre expresión.

Para María Isabel, si el público son adolescentes y jóvenes entre 12 y 22 años, es crucial conocer sus rutinas digitales y elegir plataformas que realmente usen. TikTok es clave por su popularidad y su capacidad de difundir contenidos de manera rápida y con humor. Instagram también es relevante, con publicaciones que son visualmente atractivas. Es importante dejar claro que no se deben proyectar las propias preferencias del productor y

enfocarse en las plataformas y espacios físicos donde se reúne el público objetivo, como parques o bibliotecas para maximizar el alcance y la efectividad del proyecto.

Agregando a lo anterior, María Cristina propone que los videojuegos son una herramienta poderosa para conectar con adolescentes porque permiten abordar temas delicados como la salud sexual o la prevención de drogadicción de manera interactiva. Además, las redes sociales son esenciales para llegar a esta audiencia, facilitando el acceso a contenidos narrativos en un universo transmedia y sirven para generar interacción y promocionar otros formatos. En España por ejemplo se destacan las series web que fomentan la participación de los jóvenes al involucrarlos en la historia y el posible desarrollo de los guiones.

5. ¿Qué temas considera que se podrían desarrollar en un proyecto transmedia de noviolencia? ¿Qué tipo de historias se podrían contar? -De transformación, de superación personal, de pasiones personales-

En cuanto a Catalina, dice que elegiría unas líneas temáticas, aunque hace claridad que esto depende mucho del público, por ejemplo, si se desea entregar un mensaje fundaciones u organizaciones se pueden mostrar los desastres causados por la violencia y cómo la organización que desarrolla el proyecto puede generar una transformación, pero si se le va a hablar a un joven de 15 años, no se recomienda esto, a ellos se les puede hablar de pasiones y la transformación, de cómo lo pudo superar.

Para María Isabel es crucial respetar la historia, contarla con fidelidad, incluyendo todos los protagonistas si son 10, los 10 deben dar su versión, se debe evitar la manipulación y tener cuidado en no caer en la porno miseria y, en cambio, presentar las historias duras con respeto y claridad, reflejando la complejidad y la crudeza de la realidad. Se deben considerar diversas perspectivas y asegurar que las historias sean entendibles, conmovedoras, para

contribuir a la reconstrucción social y a la comprensión profunda de la violencia y sus efectos.

En esta misma línea, María Cristina dice que se podrían desarrollar temas centrados en la convivencia y el respeto a la diversidad, reflejando historias de transformación y superación personal, se pueden contar relatos que enfrenten tanto la violencia física como la simbólica, promoviendo la tolerancia y el diálogo en esta sociedad tan polarizada, historias que inspiren a otros a seguir sus sueños y luchar por lo que creen, utilizando la no violencia como herramienta, historias que muestren cómo la paz se puede construir a través del diálogo, la cooperación y el respeto mutuo.

6. ¿Cómo se puede asegurar que la narrativa sea coherente y efectiva en todas las plataformas?

Para asegurar que la narrativa sea coherente y efectiva en todas las plataformas Catalina señala que es importante revisar los principios, sugiere los de Jenkins, y hacer un *check* de estos. La efectividad se puede medir en números, pero no se debe esperar viralidad en proyectos de transformación social sin un presupuesto considerable para publicidad. Dice que alcanzar 300 visitas mensuales en una página de transformación social se podría considerar un éxito. La efectividad también depende de expectativas realistas y de entender de que la viralidad orgánica es muy rara y generalmente requiere inversión grande en marketing.

Por añadidura, María Isabel apunta que para asegurar esto, es fundamental mantener consistencia en los detalles visuales y el uso del lenguaje, que, aunque parece un asunto de forma, realmente es de fondo. Esto implica unificar cómo el proyecto se va a dirigir a la audiencia (vos, tú, usted, sumercé) y mantener una coherencia gráfica y de diseño que

refleje la identidad. Cada plataforma tiene sus características, pero la ambientación visual y el uso del lenguaje deben ser reconocibles y homogéneos.

María Cristina en este punto sugiere que es fundamental realizar ese diagnóstico de comunicación que permita conocer a fondo al público objetivo. Esto incluye dialogar con ellos sobre sus intereses y hábitos, lo que permitiría seleccionar las plataformas más adecuadas. Además, es esencial combinar lo digital con lo análogo, es decir, la presencialidad, para fortalecer la conexión y apropiación del proyecto por parte de la comunidad.

7. ¿Cómo se podría asegurar la sostenibilidad y el impacto a largo plazo de una estrategia de narrativa transmedia social?

Catalina dice que esta respuesta puede ser difícil por lo complejo que es asegurar la sostenibilidad en un proyecto transmedia, por este motivo es que muy pocas personas se le miden a desarrollar este tipo de proyectos, sostiene que ha visto nacer muchos, pero estos no permanecen en el tiempo y es más difícil para los de índole social.

De igual modo, María Isabel apunta que asegurar la sostenibilidad y el impacto a largo plazo de una estrategia de narrativa transmedia social es difícil, pues estos proyectos dependen de sponsors y alianzas con organizaciones internacionales. Para lograrlo, es crucial contar con un equipo de negociadores expertos en gestionar fondos y relaciones internacionales, que puedan buscar financiamiento y mantener el proyecto en marcha. Los creativos deben centrarse en su trabajo, mientras los negociadores aseguran los recursos necesarios, esos roles no se deben mezclar, cada uno se debe enfocar en lo que sabe hacer porque se necesita un presupuesto tangible para sostener estos proyectos.

Ahora bien, para María Cristina lo principal es conseguir esos recursos que den tiempo para que el proyecto sea viable en un plazo considerable, que no se quede sólo en la realización y ya no hay dinero para sostener, siempre hay que proyectar si se quiere que el proyecto dure dos o tres años, hay que contratar un *community manager* para dos o tres años, al igual que los demás perfiles, hay que tener unos presupuestos iniciales y después de mantenimiento y en lo social encontrar cuáles son las plataformas, las fases del proyecto que van a generar que las personas realmente estén motivadas en hacer parte de eso y no es fácil, es un trabajo constante de llamada, de *call to action*, de estar promoviendo que a la gente le interese, de motivarlos, de estar muy receptivos a con qué se puede generar que la audiencia quiera seguir siendo parte de este universo transmedial y que no se aburra.

8. ¿Cuáles son los mayores desafíos en la producción de contenido transmedia y cómo se pueden superar?

Catalina expresa que el desafío más grande está en lo económico y sugiere que se puede superar a través de convocatorias, de segmentar muy bien los contenidos agruparlos y conseguir patrocinio para cada grupo, por ej. Buscar patrocinio solamente para el documental web por un lado, por otro, conseguir patrocinio para producir un corto y a través de otra convocatoria buscar el dinero para hacer unos micro relatos, se pueden buscar convocatorias segmentadas y patrocinadores que permitan mantener el proyecto activo.

En cuanto a María Isabel, para ella los mayores desafíos en la producción de contenido transmedia están representados en el presupuesto, los recursos humanos y la complejidad de los temas sociales. Los personajes pueden decidir retirarse, afectando la continuidad del proyecto. Para superarlos, se necesita un productor con experiencia en lo social y un buen equipo, comprometido. Es vital presupuestar adecuadamente y estar preparado con múltiples planes para adaptarse a los cambios y dificultades inherentes al trabajo colectivo.

En cuanto a la respuesta de María Cristina, continúa con la línea de lo financiero, enfatiza que no es un tema menor y esto también tiene una relación directa en la producción, explica que aunque los productos no tienen que quedar perfectos, para ella como comunicadora, la estética y la usabilidad juega mucho en favor de un proyecto, es decir, al ponerse en el lugar de la audiencia, el acceder a un sitio web que no es fácil, que no se entiende fácilmente, que no es agradable desde el punto de vista estético, con el que no se conectan a partir de lo estético, no se van a sentir involucrados, a veces se cree que no es muy relevante contar con profesionales que hagan muy bien los productos, a veces se subestima eso pero esto tiene un peso muy potente. Cuando alguien se encuentra en un sitio web que está bien realizado, que es agradable, que es fácil de utilizar, se va a conectar mucho más con las historias.

9. ¿Cuáles son las últimas tendencias y herramientas en el ámbito de la narrativa transmedia que se podrían considerar para este proyecto?

Catalina sobre esta pregunta indica que recientemente vivió algo que le pareció muy curioso y está relacionado con una clase de contenidos transmedia que dicta a estudiantes de noveno semestre, por las tendencias ella pensaba que le querían apuntar a contenidos digitales, pero en este caso se inclinaron mucho a la inclusión de fanzines y pop-ups, también a la integración de marcas de ropa con historias, esto se ha vuelto una tendencia importante y ya por el lado de lo digital, las micro historias en redes que ya vienen establecidas, contenidos cortos y concretos con toques de humor, es lo que más atrae. La percepción del público puede variar según el reconocimiento de los creadores, quienes son más conocidos tienen mayor aceptación así su humor sea políticamente incorrecto.

María Isabel apunta que se pueden considerar tendencias y herramientas como la integración de listas musicales de Spotify para enriquecer el universo sonoro, cosa que antes era muy difícil lograr, aprovechar tecnologías actuales como las que aporta la inteligencia artificial para facilitar la creación de contenido, pero es fundamental adaptar la tecnología al contexto local, considerando limitaciones como la falta de acceso a dispositivos avanzados, a veces la utilización de herramientas simples, como mapas en papel, comic o cartillas, pueden ser efectivas en ciertas áreas, se debe evaluar a dónde va el mercado y qué tecnologías pueden ser útiles y adecuadas para el público objetivo y el contexto del proyecto.

Para María Cristina las tendencias y herramientas en transmedia van cambiando todo el tiempo, de hecho, se está hablando más de narrativas expandidas, hay que explorar formatos innovadores, como sugiere el realizador Elder Tovar de 4 Ríos, es importante en lo social involucrar a un público cautivo que se puede encontrar en lugares como museos o centros culturales, promoviendo experiencias presenciales que incorporen tecnologías como realidad aumentada y virtual. Estas experiencias buscan generar un impacto mayor al fomentar la interacción y el diálogo, priorizando lo experiencial.

10. ¿Qué indicadores se pueden utilizar para evaluar el éxito de esta estrategia de narrativa transmedia?

En la evaluación los indicadores cualitativos son muy importantes, señala Catalina y continúa exponiendo que es muy significativo recibir feedback de personas cuya vida fue impactada positivamente, al igual que el reconocimiento de otros productores transmedia. Los indicadores cuantitativos pueden presentarse por medio de la viralización de contenido, la cantidad de reproducciones y el porcentaje de participación del usuario que es un elemento crucial apunta que se debe enfocar mucho en la apropiación del contenido por

parte del público y las formas de participación de este, aunque esto puede ser más costoso de implementar debido a la necesidad de infraestructura tecnológica adecuada para esto.

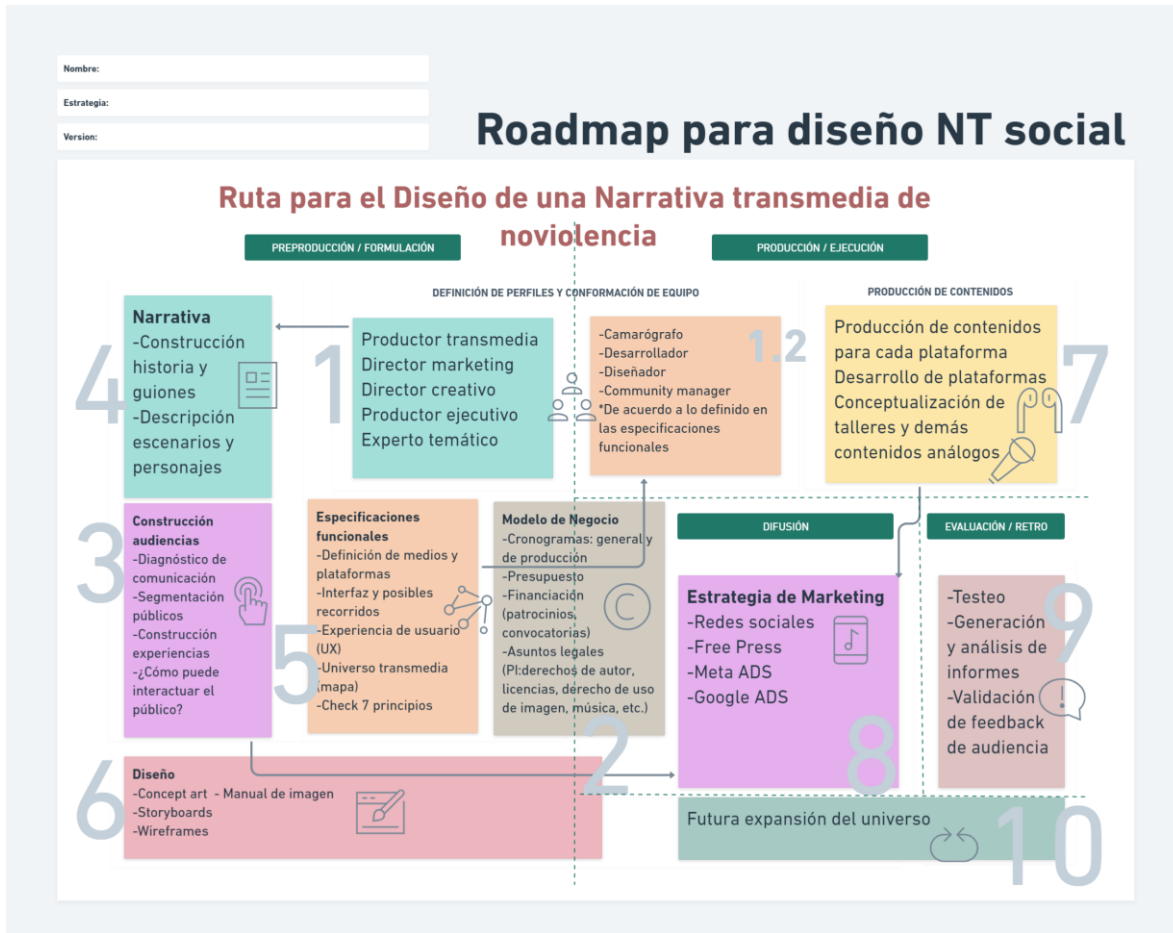
María Isabel manifiesta que no conoce indicadores específicos para proyectos transmedia, pero anota que se podría construir una metodología basada en los indicadores UNESCO de apropiación y uso de la tecnología. Esos indicadores se utilizan en educación, miden el uso, acceso, competencia y transformación digital, y pueden fácilmente ser adaptados a proyectos transmedia. También es muy importante obtener la retroalimentación de la audiencia por medio de encuestas o grupos focales. Estos indicadores cualitativos ayudan a entender qué pasa cuando un ser humano incorpora procesos mediados con tecnología en su vida.

María Cristina por su parte menciona que ha utilizado indicadores mixtos, tanto las métricas cuantitativas, como visitas y visualizaciones que proporcionan las plataformas digitales, que ayudan a identificar patrones de uso como también es importante realizar análisis cualitativos a través de grupos de discusión y entrevistas semi-estructuradas con participantes activos, para entender sus motivaciones y experiencias personales con el proyecto. Esta combinación permite una toma de decisiones más informada sobre el rumbo del proyecto y la futura expansión.

Una vez realizadas las entrevistas y analizada la información obtenida de estas, se ejecutaron diferentes ajustes a la hoja de ruta representados en la Figura 4., que se propone como hoja de ruta definitiva.

Figura 4

Versión 2. Hoja de ruta para el diseño de narrativa transmedia de noviolencia en Medellín



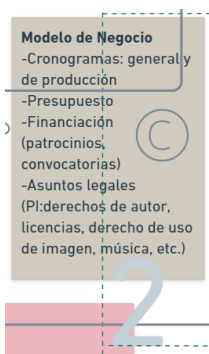
Nota. Elaboración propia (2024)

A continuación, se presenta el desglose de cada uno de los módulos:




| Qué                                   | Cómo  | Cuando   | Dónde  | quién  |
|---------------------------------------|---|--|--|--|
| 1. Se conforma un equipo base para el | La conformación del equipo se da por el conocimiento en | Se da en dos momentos, al inicio del proyecto y al | La primera fase de reunión del equipo se puede dar por | -Por ser un proyecto social se requiere un conocedor del |

|   |  |   |  |  |
|---|--|---|--|--|
| <p>desarrollo del proyecto que mínimo debe contar con un productor transmedia, un director de marketing, director creativo, productor ejecutivo y experto temático; una persona podría cubrir varios roles, pero debe estar especificado.</p> <p>1.2 De acuerdo con las plataformas y medios que se defina desarrollar se deben incorporar - Guionista, camarógrafo, productor, diseñador, <i>community manager</i></p> | <p>los temas a trabajar, quien lo conforma debe tener en cuenta que los integrantes deben tener diversidad de saberes y tener una especial sensibilidad por lo social. Se debe presupuestar la compensación del equipo en los diferentes momentos que intervienen en el proyecto</p> | <p>inicio de la fase de producción pues los demás roles requeridos dependen de la definición de los medios y plataformas, tener en cuenta que hay algunos roles como el diseñador y el <i>community manager</i> deben producir y programar contenido por lo menos para 5 años</p> | <p>medio de reuniones presenciales o virtuales y la segunda fase de producción depende de los medios y plataformas seleccionados, el equipo en esta fase se divide ya que algunos roles tienen trabajo de escritorio y otros de campo.</p> | <p>tema que es el experto en noviolencia y construcción de paz</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-El productor transmedia es el encargado de coordinar los equipos de trabajo y de diseñar las expansiones y el desarrollo de la narrativa.</li> <li>-El director creativo desarrolla los guiones</li> <li>-El productor se encarga de la gestión del capital, coordinación del equipo técnico y seguimiento de cronogramas</li> <li>-El director de marketing: determina las líneas estratégicas de marketing y dirige diseñadores y <i>community</i></li> </ul> |
|---|--|---|--|--|



| Qué   | Cómo  | Cuando  | Dónde   | Quién   |
|---|---|---|---|---|
| <p>Se responden preguntas:</p> <p>¿Cuánto tiempo toma cada fase y actividad?</p> <p>¿Cuánto vale desarrollar el proyecto?</p> <p>¿Cómo se va a financiar? ¿Se pueden segmentar los contenidos para la financiación?</p> <p>¿Hay convocatorias públicas que pueden financiar el desarrollo del proyecto?</p> <p>¿Hay algún patrocinador que se pueda interesar por el proyecto?</p> <p>¿Qué tipo de licencias o documentos legales se deben construir para la producción y</p> | <p>Por ser un proyecto social el modelo de negocio normalmente no incluye pagos por parte de los consumidores, así que se podría desarrollar por medio de crowdfunding o principalmente patrocinio, lo ideal es segmentar los contenidos porque puede ser más fácil buscar patrocinador por cada contenido.</p> | <p>En este componente recae gran parte de la estrategia del proyecto, de la planeación pues contiene los cronogramas, el general que se realiza al inicio y el de producción que se realiza al finalizar la primera fase de preproducción y formulación, contiene presupuestos, modo de financiación y documentación requerida para la producción y distribución de los contenidos.</p> | <p>Este componente se desarrolla 100% desde escritorio, hay momentos en los que intervienen diferentes roles con sus presupuestos, pero puede ser por medio de reuniones virtuales o cada uno envía su información por medio de correo electrónico en la fecha que se le indique.</p> | <p>Interviene el equipo base en general, principalmente el productor ejecutivo y el productor transmedia que son quienes dirigen el componente, pero los demás deben aportar la información para la construcción de cronogramas y presupuestos.</p> |

|                       |  |  |  |  |
|-----------------------|--|--|--|--|
| para cada plataforma? |  |  |  |  |
|-----------------------|--|--|--|--|


**3** **Construcción audiencias**  
 -Diagnóstico de comunicación  
 -Segmentación públicos   
 -Construcción experiencias  
 -¿Cómo puede interactuar el público?

| Qué   | Cómo  | Cuando   | Dónde   | Quién  |
|---|---|--|---|--|
| <p>Se deben responder preguntas como:</p> <p>¿Qué edad y género tienen?</p> <p>¿Cuáles son sus valores, creencias, actitudes?</p> <p>¿Son de la ciudad o de un entorno rural?</p> <p>¿Qué nivel de educación tienen? ¿A qué clase social pertenecen?</p> <p>¿Cuáles plataformas y redes sociales prefieren?</p> <p>¿Cuánto control tendrán sobre la historia? ¿Se busca un compromiso de la audiencia a</p> | <p>Los contenidos de las narrativas transmedia se crean centradas en los usuarios por esto se deben conocer muy bien al igual que sus formas de consumo, se deben realizar, se deben aplicar modelos como mapas o perfiles de usuario, mapas de empatía. Se debe contemplar la participación de las audiencias y la manera en la que lo pueden hacer una vez esté al aire el proyecto y su retroalimentación para la expansión.</p> | <p>Se da principalmente en la primera fase de planeación, proporciona un insumo fundamental para la estrategia de marketing, los diseños, la construcción de la narrativa y la definición de los medios y plataformas que se van a implementar. Se vuelve nuevamente protagonista en las etapas 9 y 10 en los testeos, <i>feedback</i> y definición de la futura</p> | <p>Este módulo se puede desarrollar de manera híbrida, tanto virtual como presencial, en los territorios realizando encuestas y perfiles o si se tiene información del grupo que se quiere impactar, se contacta por medio telefónico, redes sociales o encuestas virtuales para obtener la</p> | <p>Intervienen principalmente el experto temático, el productor transmedia, el director de marketing y si el equipo a impactar es muy grande se debe considerar si se requiere un equipo técnico para la aplicación de encuestas o construcción de perfiles.</p> |

|                      |  |                        |                        |  |
|----------------------|--|------------------------|------------------------|--|
| corto o largo plazo? |  | expansión del universo | información requerida. |  |
|----------------------|--|------------------------|------------------------|--|

**4**

**Narrativa**  
 -Construcción historia y guiones  
 -Descripción escenarios y personajes




| Qué  | Cómo  | Cuando   | Dónde   | Quién  |
|--|---|--|---|--|
| <p>En este módulo se responde a las siguientes preguntas:</p> <p>¿Qué historia queremos contar?</p> <p>¿Cómo vamos a contarla?</p> <p>¿Quiénes serán los personajes y cómo se relacionarán?</p> <p>¿Dónde y cuándo sucederán las historias?</p> <p>¿El mundo será real 100% o tendrá elementos de ficción?</p> <p>¿Qué tanto se profundizará en las historias?</p> | <p>La narrativa transmedia necesita un lugar claro, por ejemplo, barrios específicos de Medellín, para que los usuarios se conecten mejor. La historia debe avanzar en el tiempo con saltos estratégicos, que se puedan completar en diferentes medios. Además, debe tener personajes que sean llamativos con deseos y conflictos, que inviten a los usuarios a conocer más sobre sus vidas y relaciones.</p> | <p>Esta construcción de guiones, historias, escaletas se da principalmente en la primera fase, pero al construirse se debe tener presente el dejar algunos espacios vacíos, las historias no se deben cerrar, por un lado, para la futura expansión del universo y por el otro para que los usuarios puedan participar al completar con sus hipótesis.</p> | <p>Este componente se define en equipo y deben participar todos los responsables del equipo base, una vez realizadas las definiciones que se exponen en el qué, el director creativo con su equipo se encarga del desarrollo de las historias, guiones, hilo conductor, escaletas, etc. en algún momento los creativos se deben desplazar a algunos</p> | <p>Pueden intervenir el experto temático con su experiencia sobre el tema, teniendo cuidado en no caer en la porno miseria, pero siendo muy apegados a contar la historia con todas sus aristas y personajes</p> <p>-El director creativo es quien tiene la intervención más grande en este módulo pues es el encargado de la creación de las historias, guiones, etc.</p> |

|  |  |  |                              |  |
|--|--|--|------------------------------|--|
|  |  |  | escenarios para explorarlos. | -El productor transmedia participa principalmente en la intervención de la conexión de las historias entre medios y plataformas. |
|--|--|--|------------------------------|--|

**5**

**Especificaciones funcionales**

- Definición de medios y plataformas
- Interfaz y posibles recorridos
- Experiencia de usuario (UX)
- Universo transmedia (mapa)
- Check 7 principios



| Qué  | Cómo   | Cuando   | Dónde  | Quién   |
|--|--|--|--|---|
| <p>En este módulo se van a responder preguntas como:</p> <p>¿Nos interesan los medios masivos o sólo los colaborativos?</p> <p>¿Cuántos contenidos se van a crear, cuáles son digitales y cuáles análogos?</p> <p>¿Cuáles son los beneficios y desventajas de cada medio o plataforma?</p> <p>¿Cuáles son los medios/plataformas preferidas por la</p> | <p>Técnicamente este es el módulo más fuerte de todo el proyecto, se deben elegir mínimo 3 medios/ plataformas, dos digitales y uno análogo, para este tipo de proyectos se debe considerar un sitio web que permita agrupar todos los contenidos, y se debe</p> | <p>Desde la primera fase de formulación y preproducción se realizan las definiciones, en la fase de producción se desarrolla todo lo definido y el check de los 7 principios se determina en este punto, pero se aplica en el módulo 9 que es el testeo.</p> | <p>La definición de las especificaciones funcionales se da desde lo virtual.</p> | <p>Intervienen diferentes roles, por medio de actividades de equipo el productor transmedia, el director creativo, experto temático y el director de marketing definen los medios/ plataformas que se van a usar y posteriormente</p> |

|  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|
| <p>audiencia del proyecto? ¿cuáles son los posibles recorridos que harán los consumidores? ¿En cuáles espacios van a intervenir las audiencias para convertirse en prosumidores? ¿Estamos construyendo el proyecto bajo los 7 principios (Expansión- Exploración, continuidad, serialidad, inmersión, construcción de mundos, ¿diversidad- puntos de vista e interpretación o inspiración para la acción)?</p> | <p>presupuestar los costos que acarrea por lo menos por 5 años, principalmente el dominio y hosting. Los medios y plataformas elegidos deben partir del conocimiento del público, de acuerdo a las entrevistas puede ser por lo menos: - sitio web, microhistorias para redes sociales, actividades experienciales por medio de conferencias y talleres.</p> |  |  | <p>el director transmedia con el desarrollador definen los posibles recorridos, interfaz y en el desarrollo se trabaja la experiencia de usuario (UX).</p> |
|--|--|--|--|--|

6

**Diseño**

- Concept art - Manual de imagen
- Storyboards
- Wireframes



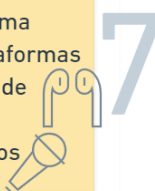
| Qué  | Cómo  | Cuando   | Dónde   | Quién  |
|--|---|--|---|--|
| <p>Para este módulo se deben responder</p> | <p>El manual de imagen es la cara del proyecto, es la primera tarea</p> | <p>El manual de imagen es el primer elemento que se desarrolla</p> | <p>Se puede dar desde la investigación de escritorio o en</p> | <p>Interviene el director de marketing, el director creativo, y el diseñador</p> |

|  |  |  |  |   |
|--|--|--|--|---|
| <p>preguntas como:<br/>Manual de imagen:<br/>¿Cuál es la identidad visual del proyecto?<br/>¿Qué colores, tipografía, logotipo representa mejor el estilo de las historias?<br/>¿Qué tipo de lenguaje se va a usar (cercano, formal)?<br/>Concept Art:<br/>¿Cómo se representarán los escenarios y personajes principales?<br/>¿Qué estilo artístico refleja mejor la atmósfera de las historias?<br/>Storyboards:<br/>¿Cómo se desarrollan las principales escenas y cómo se dan las secuencias de las historias?<br/>¿Qué tipo de ángulos o encuadres comunican mejor las acciones y</p> | <p>del equipo de diseño, todos los y las integrantes lo deben tener presente, tanto el base como los que se van incorporando, esto hace que se pueda mantener parte de la coherencia. Con el concept art se pasan todas las ideas a imágenes para que el equipo lo pueda tener más claro. Los storyboards por su parte sirven de guía para entender la historia, para previsualizar la estructura de los videos que se van a realizar.</p> | <p>así que se da en la primera fase, después de la segmentación de públicos, los demás elementos se diseñan de acuerdo con los medios y plataformas seleccionados.</p> | <p>ocasiones los diseñadores se desplazan a los sitios donde se desarrollarán las historias para explorar los espacios, tomar fotografías y referencias más exactas.</p> | <p>gráfico, posteriormente el desarrollador y camarógrafo. En este tipo de proyectos que son muy colaborativos, el manual de marca recibe retroalimentación de todo el equipo de trabajo.</p> |
|--|--|--|--|---|

|   |  |  |  |  |
|---|--|--|--|--|
| <p>emociones?<br/>         ¿Cómo se realizarán las transiciones entre los diferentes momentos y plataformas?<br/> <i>Wireframes:</i><br/>         ¿Cuáles son las estructuras básicas de las interfaces y plataformas digitales?<br/>         ¿Cómo se organizará la información para que sea clara y fácil de navegar para los usuarios? ¿Qué elementos interactivos y de navegación son esenciales para la experiencia de los usuarios?</p> |  |  |  |  |
|---|--|--|--|--|

PRODUCCION DE CONTENIDOS

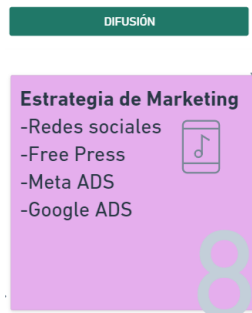
Producción de contenidos para cada plataforma  
 Desarrollo de plataformas  
 Conceptualización de talleres y demás contenidos análogos



| Qué                                  | Cómo   | Cuando                                       | Dónde                                      | Quién                      |
|--------------------------------------|--|--|--|----------------------------|
| Para el desarrollo de este módulo se | Este es el primer módulo de la segunda fase de | En el punto dos se menciona el cronograma de | El desarrollo del sitio web se da desde la | Como se pueden desarrollar |

|   |   |  |   |  |
|---|---|--|---|--|
| <p>responden estas preguntas: ¿cuál es la mejor secuencia de producción de contenidos? ¿cuáles contenidos depende de otros? ¿El cronograma de producción está establecido? ¿cuánto tiempo tomará la producción de los contenidos? ¿se pueden presentar imprevistos? ¿Cuál será la función principal del sitio web en mi narrativa transmedia, lo tengo sólo como contenedor o también tendrá elementos interactivos? ¿Cómo garantizaré que el sitio web sea fácil de navegar y atractivo visualmente?</p> | <p>producción/ ejecución y está determinado principalmente por lo definido en el módulo 5 de especificaciones funcionales en donde se definieron los medios/ plataformas a desarrollar, cada plataforma se desarrolla de manera independiente, manteniendo la coherencia narrativa, gráfica, de lenguaje, etc. En esta fase de desarrollo del sitio web, la producción de los videos cortos para redes y la construcción de los talleres o demás elementos elegidos de acuerdo al estudio de audiencia y segmentación. Se deben tener en cuenta todos los costos de</p> | <p>producción, este se crea finalizando la fase 1 y se despliega en la fase 2, los tiempos de producción dependen de las plataformas seleccionadas, mientras el desarrollo web se va adelantando, por un lado, por el otro se van desarrollando los contenidos que se montarán en el sitio y paralelamente se estarán construyendo los contenidos de los talleres.</p> | <p>virtualidad, mientras que la producción de los contenidos como microhistorias, videos, documentales, se hacen desde las locaciones elegidas.</p> | <p>contenidos de manera simultánea, la carga más pesada recae sobre el productor transmedia porque es quien debe asegurar la coordinación de todos los equipos. En este punto, además del equipo base se articula todo un equipo técnico, camarógrafos, sonidista, productor de campo que es quien coordina específicamente la producción, diseñador, desarrollador.</p> |
|---|---|--|---|--|

|  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|
|  | producción, transporte del equipo, alimentación, hidratación, si se requiere material de ambientación. |  |  |  |
|--|--|--|--|--|



| Qué  | Cómo   | Cuando  | Dónde  | Quién  |
|--|--|---|--|--|
| En este módulo se responde a las preguntas: ¿Cuáles son las redes sociales seleccionadas? ¿Cómo se va a distribuir el presupuesto de pauta? ¿Cuáles son los contenidos que pueden tener mayor impacto para asignarles mayor presupuesto de pauta? ¿Cuáles medios de comunicación masiva puedo abordar para | Se crea la estrategia para redes sociales, teniendo en cuenta la segmentación y el conocimiento que ya se tiene del público, el tono de comunicación, se crean las cuentas de las redes sociales seleccionadas, se crea una parrilla de contenidos y se envían los requerimientos de diseño, una vez se tengan los diseños, se programa la | La difusión hace parte de la tercera fase del proyecto, se puede realizar de manera paralela a la producción, mientras se producen los contenidos se crea la estrategia de redes, la parrilla de contenidos y se realiza el diseño de estos. Esta fase está directamente asociada con el diseño y su insumo | La mayoría de las actividades se realizan de manera virtual, pero algunos contenidos para redes se graban o se toman imágenes desde los mismos espacios de producción. | El director de marketing es quien tiene a su cargo este componente bajo la coordinación del productor transmedia y dirigiendo al <i>community manager</i> , como se mencionó anteriormente, una misma persona puede cumplir diversos roles, en proyectos pequeños el director de |

|                              |   |  |   |
|------------------------------|---|--|---|
| <p>difundir el proyecto?</p> | <p>publicación en las redes sociales correspondientes, al igual que los contenidos derivados de la producción, se empieza también la creación de la pauta de acuerdo al presupuesto seleccionado para esto. En todas las redes sociales se debe crear la misma cuenta y así no se vaya a utilizar lo ideal es crearla y montar información redirigiendo los visitantes a las redes principales. Para este tipo de proyectos se deben considerar estrategias de <i>Free press</i> para que apoyen mucho más la difusión del proyecto a través de medios masivos de comunicación.</p> | <p>principal es el conocimiento de las audiencias, el diagnóstico de comunicaciones y sus preferencias de consumo. Como se mencionó en otro módulo, idealmente se debe estar construyendo contenido para realizar publicaciones por lo menos por un año más.</p> | <p>marketing puede hacer las veces de <i>community manager</i>.</p> |
|------------------------------|---|--|---|

EVALUACIÓN / RETRO

- Testeo
- Generación y análisis de informes
- Validación de feedback de audiencia

| Qué  | Cómo  | Cuando   | Dónde  | Quién  |
|--|---|--|--|--|
| <p>Para el desarrollo de este módulo se responderán las preguntas:</p> <p>¿Qué indicadores cuantitativos (métricas de uso, tasas de conversión, etc.) y cualitativos (comentarios, opiniones) necesito medir?</p> <p>¿Cómo organizaré y presentaré los datos de manera comprensible para todo el equipo?</p> <p>¿Cómo recopilare el <i>feedback</i> de las audiencias (encuestas, entrevistas, foros)? ¿Qué herramientas</p> | <p>La evaluación y retroalimentación constituyen la cuarta fase del proyecto. En esta etapa, se realiza el testeo de las plataformas antes del lanzamiento del proyecto. Posteriormente, se valida el <i>feedback</i> de las audiencias, utilizando herramientas como el <i>Net Promoter Score</i> (NPS) para medir la probabilidad de recomendación del proyecto. Además, se generan informes con indicadores cuantitativos de las plataformas utilizadas como número de usuarios web,</p> | <p>Esta es la última fase antes del lanzamiento del proyecto al público con el testeo de las plataformas, aquí se aplica el check list de los 7 principios, también es la primera fase una vez sale al público ya que contiene la generación y análisis de informes y la validación del <i>feedback</i> de las audiencias.</p> | <p>Estos análisis se realizan principalmente de manera virtual, con la extracción de la información de las plataformas, esta información se presenta al equipo para un análisis conjunto y el <i>feedback</i> se puede realizar con la misma comunidad a la que se le dictaron los talleres, una vez hayan explorado todo el material.</p> | <p>Los informes cuantitativos son generados por el desarrollador y el <i>community manager</i>, los cualitativos por el director de marketing y posteriormente se realiza la socialización con el productor transmedia, director creativo, productor ejecutivo y experto temático.</p> |

|  |   |  |  |  |
|--|---|--|--|--|
| utilizaré para medir la satisfacción y la probabilidad de recomendación (por ejemplo, <i>Net Promoter Score</i> )? ¿Cómo integraré el <i>feedback</i> en el proceso de mejora continua y expansión del proyecto? | número de seguidores en redes sociales, cantidad de descargas e información cualitativa según ese <i>feedback</i> recibido. |  |  |  |
|--|---|--|--|--|

Futura expansión del universo



# 10

| Qué  | Cómo  | Cuando   | Dónde  | Quién   |
|--|---|--|--|---|
| Para dar trámite a este módulo, se responderán estas preguntas: ¿Qué críticas o sugerencias recurrentes han surgido del <i>feedback</i> ? ¿Qué partes de la historia o personajes podrían expandirse o explorarse más? ¿Hay hilos narrativos sin resolver que podrían desarrollarse en | Debido a las limitantes de recursos para el desarrollo de los proyectos transmedia sociales, generalmente se empieza con el mínimo de contenidos que serían 3 pero con la consecución de más patrocinadores o la participación de otras convocatorias se pueden desarrollar más | La planeación de la expansión del universo transmedia se da desde el módulo 5 que se deciden los medios y plataformas iniciales y se pueden plantear algunos para un desarrollo posterior y se revisa nuevamente una vez hecho el análisis del <i>feedback</i> . | Este módulo se realiza virtualmente o por medio de reuniones presenciales con el equipo. En este punto se reinicia nuevamente el ciclo del proyecto desde la fase de formulación y preproducción, para el desarrollo de los nuevos | Participan todos los integrantes del equipo base, liderado por el productor transmedia. |

|  |  |  |                             |  |
|--|--|--|-----------------------------|--|
| <p>nuevas plataformas? ¿Las audiencias sienten mayor afinidad por alguno de los personajes? ¿Qué nuevas tecnologías o plataformas podrían integrarse para ampliar el alcance del proyecto? ¿Qué oportunidades se podrían generar para co-crear contenido con la audiencia? ¿Las audiencias muestran baja favorabilidad hacia alguno de los medios/ plataformas existentes?</p> | <p>medios y plataformas. Se debe tener como insumo la retroalimentación recibida por parte de las audiencias. La expansión también se puede dar desde los contenidos que aporten los prosumidores.</p> |  | <p>medios y plataformas</p> |  |
|--|--|--|-----------------------------|--|

## 6. Conclusiones y recomendaciones

A partir de la investigación realizada en este trabajo de grado se identifican diversas oportunidades para la exploración de temas relacionados con la noviolencia y la construcción de paz a través de narrativas transmedia. El contexto de conflicto histórico en Colombia, particularmente en Medellín, resalta la necesidad de explorar estrategias innovadoras para abordar estos temas. A su vez, se evidencia la escasez de investigaciones sobre el uso de narrativas transmedia sociales como herramientas para la transformación social, educación y apropiación social del conocimiento.

En las entrevistas realizadas a organizaciones que trabajan procesos de noviolencia y paz en Medellín y otras ciudades de Colombia, se identificaron necesidades comunes. Sus actividades se centran en la formación y educación a través de talleres, conferencias y metodologías participativas como el arte callejero y radios comunitarias. Sin embargo, enfrentan retos en el uso de herramientas tecnológicas y esto puede limitar la capacidad de expansión de los proyectos y con esto el logro de un mayor impacto. Priorizan el trabajo con jóvenes, pero en la práctica lo hacen con diversos grupos sin un conocimiento previo de sus necesidades y características, lo que determina una necesidad de una segmentación previa a las intervenciones. La falta de recursos es un desafío constante, y una hoja de ruta para la creación de un proyecto transmedia podría facilitar la implementación de este tipo de proyectos.

Para la construcción de la hoja de ruta propuesta en este trabajo de investigación, se hizo una validación con expertas en comunicaciones, narrativas transmedia y proyectos de comunicación para la transformación social. Aunque estas expertas avalaron la construcción gráfica de esta hoja de ruta, también realizaron algunas recomendaciones para su mejora, estas sugerencias se incorporaron en el producto final presentado en el capítulo 5.

Para fortalecer el desarrollo de este proyecto, se recomienda realizar una planificación a largo plazo en la que se pueda establecer una visión que guíe el proyecto y permita su sostenibilidad, que incluya estudios de públicos, segmentación y diagnósticos de comunicación para comprender las necesidades, intereses y características de los públicos objetivo con el fin de crear contenidos más relevantes y efectivos. Además, es importante realizar una selección de plataformas adecuadas que sean fáciles de alimentar, técnicamente no complejas y con una vigencia proyectada de al menos 5 años. También se debe considerar la convergencia entre lo digital y lo análogo para facilitar la participación y apropiación por parte de los públicos.

Se identifican algunas oportunidades para futuras investigaciones relacionadas con la integración de nuevas tecnologías, explorando el potencial de herramientas proporcionadas por la inteligencia artificial (IA) y la realidad aumentada para narrativas expandidas. Es fundamental asegurar que estos proyectos transmedia dejen capacidades instaladas tanto para los comunicadores comunitarios como para las comunidades involucradas para asegurar una mayor aplicación y mejor impacto, considerando siempre un trabajo de co-creación de contenidos con las comunidades objetivo, esto mejora la autenticidad y relevancia de las narrativas transmedia para promover la noviolencia.

Finalmente, es esencial crear o mezclar metodologías que permitan desarrollar indicadores que permitan medir el impacto y la efectividad de las narrativas transmedia en procesos de educación, transformación y apropiación social del conocimiento. Para asegurar y facilitar la sostenibilidad y el impacto a largo plazo de estos procesos, es esencial fomentar las alianzas estratégicas de quintuple hélice pues entregarían a estos proyectos apoyos en términos de recursos, conocimientos y alcance, permitiendo una implementación efectiva en proyectos que promueven la noviolencia y la construcción de paz en Medellín.

## Referencias

- Acuy Rodríguez, L. B., & Baca Cáceres, D. A. (2022). Beneficios de las narrativas transmedia como estrategias educativas en contextos digitales. *Hacedor - AIAPÆC*, 6(2), 60–69. <https://doi.org/10.26495/rch.v6i2.2251>
- Alianza para la paz. (s.f.). apaz. <https://alianzaparalapaz.org/colombia/>
- Amador-Baquiro, J. C. (2018). Educación interactiva a través de narrativas transmedia: posibilidades en la escuela. *Magis*, 10(21), 77–94. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.m10-21.eint>
- Andrade-Velásquez, M. R., & Fonseca-Mora, M. C. (2021). Las narrativas transmedia en el aprendizaje de lenguas extranjeras. *Revista Mediterranea de Comunicacion*, 12(2), 159–175. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.17795>
- Arboleda, M. C. P., Cárdenas, M. I. Z., & Vallejo, L. E. G. (2022). Narrativa transmedia: una mirada al conflicto armado y la memoria social indígena desde los relatos expandidos. Casos: Colombia y Perú. *Contratexto*, 37, 259–286. <https://doi.org/10.26439/contratexto2022.n037.5263>
- Balmaceda Castro, I., Salgado, C. H., Peralta, M., Sánchez, A., Fernández, M., Magaquian, J., & Fuentes, N. (2019). *Experiencia de Usuario en Plataforma Virtual de Aprendizaje*. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/77104>
- Benavides Estévez, M., Gil Vrolijk, C., Caballero, J., & Tobar, E. (2020). *MANUAL DE NARRATIVAS DIGITALES 2* (1a ed.). [www.mincultura.gov.co](http://www.mincultura.gov.co)
- British Council. (s.f.). Storytelling for Peace Building. <https://www.britishcouncil.co/artes/literatura/storytelling-for-peace-building>
- Cárdenas O'byrne, S., & D'Inca, M. V. (2016). Arquitectura de la noviolencia, el papel del otro en la construcción del espacio común. *Polis*, 15, 251–269. [https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-65682016000100012&lang=es](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-65682016000100012&lang=es)
- Centro Nacional de Memoria Histórica. (2017). *Medellín: memorias de una guerra urbana*.
- Centro Nacional de Memoria Histórica. (2020, 14 de enero). Rutas del Conflicto. <https://centrodememoriahistorica.gov.co/tag/transmedia/>

- Costa-Sánchez, C., & López-García, X. (2021). Narrativas transmedia sociales en el ámbito hispanoamericano (2014-2018). *Arte, Individuo y Sociedad*, 33(1), 237–257.  
<https://doi.org/10.5209/aris.67561>
- De Los Ríos, E. (2024, abril 15). *Análisis de homicidios en Medellín en el 2023*. Casa de las Estrategias. <https://casadelasestrategias.com/analisis-de-homicidios-en-medellin-en-el-2023/>
- Echeverría, J. (2008). Apropiación social de las tecnologías de la información y la comunicación. *Revista Iberoamericana de Ciencia Tecnología y Sociedad*, 4(10), 171–182.
- Fundación Ideas para la Paz. (s.f.). FIP. <https://www.ideaspaz.org/>
- Fundación Paz y Bien. (s.f.). <https://fundacionpazybien.co/>
- Fundación Paz y Reconciliación. (s.f.). Pares. <https://www.pares.com.co/>
- Erta-Majó, A., & Vaquero, E. (2023). La educación transmedia en el ámbito no formal: una revisión sistemática. *Revista Fuentes*, 25(1), 59–70.  
<https://doi.org/10.12795/revistafuentes.2023.21695>
- Gifreu-Castells, A. (2016). Aproximación al uso del género documental como estrategia educativa en sus formas de expresión audiovisual, interactiva y transmedia. *Conference: Congreso Universitario Internacional Sobre La Comunicación En La Profesión y En La Universidad de Hoy: Contenidos, Investigación, Innovación y Docencia*, 149–165.
- Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta Edición). McGRAW-HILL.
- Instituto de estudios para el desarrollo y la paz. (s.f.). Indepaz. <https://indepaz.org.co/>
- Irigaray, F., & Lovato, A. (2015). *Producciones transmedia de no ficción. Análisis, experiencias y tecnologías* (Editorial de la Universidad Nacional de Rosario, Ed.; 1a ed.).
- J. Škoda, L. L. (2019). *Creating transmedia narratives to enhance digital intelligence in high school students* (Middle European interdisciplinary master programme in cognitive science (6 : 2019 : Seville), Ed.). [s. n.].
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture*.
- López Martínez, M. (2004). Noviolencia para generar cambios sociales. *Polis*, 3(9).  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30500914>
- López Martínez, M. (2012). *Noviolencia: Teoría política y experiencias históricas*.

- Martínez Bernal, D. R. (2017). La resistencia y la resistencia civil: la importancia de la teoría noviolenta. In *Papel Político* (Vol. 21, Issue 2). Editorial Pontificia Universidad Javeriana. <https://doi.org/10.11144/javeriana.papo21-2.rrci>
- Medellín, A. de. (2019). *Proyecto de Acuerdo PDM Medellín Futuro*.
- Medellín, A. de. (2024). *Proyecto de Acuerdo Plan de Desarrollo Distrital 2024-2027 “Medellín te quiere”*.
- Monje, C. A. (2016). Los imaginarios sociales, el pensamiento crítico y la noviolencia, una forma para enfrentar el acoso escolar. In *Estudios Pedagógicos XLII* (Vol. 3). [https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-07052016000400002](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-07052016000400002)
- Naciones Unidas. (2018). La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible Una oportunidad para América Latina y el Caribe Gracias por su interés en esta publicación de la CEPAL. In *Publicación de las Naciones Unidas*.
- Robin, B. (2001). The Educational Uses of Digital Storytelling. *Invertebrate Taxonomy*, 15(1), 73–158.
- Scolari, C. A. (2013a). *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. <https://doi.org/10.15304/9788417595661>
- Toro Calonje, A. (2020). Procesos de comunicación para la paz. *Anagramas Rumbos y Sentidos de La Comunicación*, 18(36), 115–137. <https://doi.org/10.22395/angr.v18n36a7>
- Urrego-Mendoza, Z. C., & Escobar-Córdoba, F. (2015). Investigación en salud para la paz de Colombia: ¿estudiar la noviolencia o la violencia? In *Revista Facultad de Medicina* (Vol. 63, Issue 3, pp. 351–353). Universidad Nacional de Colombia. <https://doi.org/10.15446/revfacmed.v63n3.51795>
- Vásquez, J. E. G., & Macías, Y. T. G. (2021). El Sistema de Valores en la Construcción de Paz y Noviolencia como Dimensión Axiológica del Proceso Formativo en la Institución Educativa Jesús María Valle de la Ciudad de Medellín. *Revista Lasallista de Investigación*, 18(1), 294–310. <https://doi.org/10.22507/rli.v18n1a18>
- Villa Gómez, J. D. (2016). Perdón y reconciliación: una perspectiva psicosocial desde la noviolencia. *Polis*, 15, 131–157. [https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-65682016000100007&lang=es](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-65682016000100007&lang=es)

## Anexos

Anexo 1. Video entrevista Colombia Noviolenta-20240502

Anexo 2. Video entrevista indepaz-20240522

Anexo 3. Video entrevista Centro de Fe y Culturas-20240524

Anexo 4. Grabación entrevista Mahatma Gandhi

Anexo 5. Consentimiento-Transcripción Entrevista\_Centro de Fe y Culturas

Anexo 6. Consentimiento-Transcripción Entrevista\_Colombia Noviolenta

Anexo 7. Consentimiento-Transcripción\_Entrevista\_Indepaz

Anexo 8. Consentimiento-informado\_Fund Mahatma Gandhi

Anexo 9. Video entrevista Maru Zapata-20240627

Anexo 10. Video entrevista Catalina Hoyos-20240626

Anexo 11. Video entrevista Expertos\_Maria Cristina-20240702

Anexo 12. Consentimiento-informado\_Maru Zapata

Anexo 13. Transcripción entrevista Maru Zapata

Anexo 14. Consentimiento Transcripción Entrevista\_Maria Cristina

Anexo 15. Consentimiento\_Transcripción Entrevista\_Catalina Hoyos

Ver enlace: [☐Anexos](#)