

Proyecto Final

Máster en Gamificación y Narrativa Transmedia

Escuela de Negocios de la Innovación y los Emprendedores (IEBS)

Estudiante:

José Andrés Fonseca Hidalgo

Tutor:

Oscar García-Pañella

Fecha:

Octubre, 2017

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS	3
ABSTRACT	4
RESUMEN EJECUTIVO	4
LISTA DE FIGURAS	5
1. INTRODUCCIÓN	6
1.1. Descripción del reto.....	7
1.2. Solución aportada.....	7
1.3. Estado del arte.....	8
1.3.2. 50 Aniversario Escuela de Caminos, Universidad de Cantabria, España.....	8
1.3.3. 50 Aniversario Escuela de Arquitectura, Universidad de Navarra.....	9
1.3.1. 50 Aniversario University of Bath, Reino Unido.....	9
1.3.4. Conclusiones.....	10
2. FUNDAMENTOS TEÓRICOS	11
2.1. Eje de Narrativa.....	11
2.1. Eje Transmedia.....	11
2.1. Eje de Gamificación.....	13
2.1. Eje de Estética.....	14
3. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO	16
3.1. Público: Personal Técnico y Administrativo.....	17
3.1.1. Objetivo de la extensión.....	17
3.1.2. Descripción general.....	17
3.1.3. User Persona.....	17
3.1.4. Componentes narrativos.....	18
3.1.5. Plataformas de difusión.....	18
3.1.6. Propuesta de interactividad/participación.....	18
3.1.7. Octalysis.....	19
3.2. Público: Estudiantes Activos.....	20
3.2.1. Objetivo de la extensión.....	20
3.2.2. Descripción general.....	20
3.2.3. User Persona.....	20
3.2.4. Componentes narrativos.....	21
3.2.5. Plataformas de difusión.....	21
3.2.6. Propuesta de interactividad/participación.....	21
3.2.7. Octalysis.....	22
3.3. Público: Egresados (Alumni).....	23
3.3.1. Objetivo de la extensión.....	23
3.3.2. Descripción general.....	23
3.3.3. User Persona.....	23
3.3.4. Componentes narrativos.....	24
3.3.5. Plataformas de difusión.....	24
3.3.6. Propuesta de interactividad/participación.....	24
3.3.7. Octalysis.....	25

3.4. Público: Personal Docente.....	26
3.4.1. Objetivo de la extensión.....	26
3.4.2. Descripción general.....	26
3.4.3. User Persona.....	26
3.4.4. Componentes narrativos.....	27
3.4.5. Plataformas de difusión.....	27
3.4.6. Propuesta de interactividad/participación.....	27
3.4.7. Octalysis.....	28
4. PROTOTIPADO	29
4.1. Despliegue de la propuesta.....	29
4.2. Referentes.....	29
5. RESULTADOS Y PLAYTEST	34
5.1. Análisis.....	34
5.1.1. Objetivo, Resultados e Indicadores.....	34
5.1.2. Usuarios.....	35
5.1.3. Placeres y Deseos.....	36
5.1.4. Elementos de Juego.....	38
5.1.5. Plataformas.....	39
5.1.6. Resumen de Octalysis.....	39
5.1.7. Principios de Narrativa Transmedia.....	40
5.2. Resultados del Playtest.....	40
6. CONCLUSIONES	48
7. LINEAS A FUTURO	50
8. REFERENCIAS	51

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo se realizó con la valiosa colaboración de las y los estudiantes del curso “Interactividad y Narración” de la Licenciatura en Comunicación con énfasis en Diseño y Producción de Contenidos Transmedia (periodo III-2016): Alejandra Herrera, Adrián Naranjo, Carolina Guzmán, Alejandro Vargas, Paula Castillo, Nicole Fonseca, Ricardo Mejías, Ernesto Núñez, Mauricio Sanabria, David Mesén y Andira Vargas.

Agradezco también la confianza y apoyo de la Directora de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva, Lorna Chacón; y de la Comisión del 50 Aniversario integrada por Kattia Pierre, Elsy Vargas, Laura Morales, Paola Fallas, Mariechen Wust, Edgar Martín, Guiselle Mena, Fernando Martínez y Daniel Cordero.

Asimismo, quisiera agradecer la contribución de todas las personas que participaron en la evaluación de la propuesta. Las personas contactadas para esta tarea fueron:

Docentes: Lorna Chacón, José Luis Arce, Kattia Pierre, Laura Morales, Edgar Martín, Mariechen Wust, Paola Fallas, Elsy Vargas, Vanessa Fonseca, Catalina Lao, Oscar Alvarado, Victor Gutierrez y Jorge Zeledón.

Estudiantes: Daniel Cordero, Fernando Martínez, Adrián Naranjo, Alonso Achío, Diana Arlene, Andrés Madrigal, Mandy Tristán, Irving Reyes, Francisco Chaves, Javier Guerrero, Melany Mora, Priscilla Corrales, Pablo Villarevia, Rodrigo Madrigal, Valeria Lopez, Ignacio Rodríguez y Luis Ruiz.

Egresados: Gabi Perez, Gustavo Fernández, Catiuska Pérez, Elsi Rojas, Allan Cedeño, Alejandro Salazar, Carla Salas, Carlos Quesada, Carol Rojas, Denise Duncan, Heidi Venegas, Fabiola Jiménez, Frederik Fallas, José Bermúdez, Julieta Alarcón, Luis Quirós, Luis Enrique Jara, Luis Thomas, Magda Molina, Marianela Amador, Pablo Guzmán y Vanessa Loaiza.

Personal Técnico-Administrativo: Guiselle Mena, Wolfgang Anguizola, Johnny Rodríguez, Armando Duarte, Patricia Coto y Meilyn Arias.

Desde luego, también quiero agradecer al staff del Máster en Gamificación y Narrativa Transmedia de la IEBS, cuyo aporte da sustento a esta propuesta.

Finalmente, el agradecimiento más especial va dirigido a mi esposa Catalina Lao y mis hijas Irene y Sofia, por toda su paciencia, amor y apoyo incondicional durante las largas jornadas de estudio y trabajo dedicadas a este Máster. Ustedes son mi más poderosa e inagotable fuente de disfrute y motivación.

ABSTRACT

En el 2018, la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva (ECCC) de la Universidad de Costa Rica (UCR) cumplirá 50 años de existencia. Para celebrar esta ocasión, se llevarán a cabo una serie de actividades que buscan convocar y unir a los distintos públicos de la institución para recordar su historia, reflexionar acerca de su presente y futuro, y reconocer su aporte como motor de cambio personal, profesional y social. El presente trabajo busca apoyar el cumplimiento de esos objetivos, aplicando principios de gamificación y narrativa transmedia al diseño de una estrategia que apele a los distintos públicos de la ECCC de una manera *lúdica* y *diferenciada* para fomentar su participación e involucramiento afectivo en la celebración del aniversario.

RESUMEN EJECUTIVO

¿En qué consiste este proyecto?

Esta es la propuesta conceptual de una estrategia transmedia con elementos de gamificación para promover el 50 Aniversario de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva (ECCC) de la Universidad de Costa Rica (UCR).

¿Cuál es el objetivo central de este proyecto?

Apelar de manera lúdica y diferenciada a los distintos públicos que componen la comunidad de la ECCC para fomentar su involucramiento y participación en distintas dinámicas y actividades que celebren la historia y el rol de la ECCC como agente de cambio a nivel personal, profesional y social.

¿A quiénes va dirigido este proyecto?

Esta estrategia se enfoca en cuatro públicos internos de la ECCC: el personal técnico-administrativo, el personal docente, los estudiantes activos, y los estudiantes egresados (“alumni”).

¿Dónde se desarrolla este proyecto?

La estrategia emplea diversas plataformas digitales para la producción, alojamiento y difusión de contenidos, así como para la interacción con sus públicos y entre la comunidad (YouTube, RRSS, MyAlbum, Fantasizr, etc). Además, cada parte de la estrategia está ligada también al ámbito “real”/físico de la ECCC, promoviendo dinámicas sociales de encuentro, diálogo, reconocimiento, celebración y cooperación.

¿Cuál es el plazo de este proyecto?

La estrategia se desarrolla durante todo el año de celebración del 50 Aniversario (2018).

¿Por qué es importante este proyecto?

La ECCC no es sino la comunidad de individuos que la han conformado durante estos 50 años, quienes han plasmado los valores que la sustentan través de su aporte en distintos ámbitos de acción (estudiantil, docente, técnico, administrativo, profesional, etc). Así pues, celebrar a la ECCC es, en realidad, celebrar a su gente. La importancia de este proyecto reside en su potencial de involucrar a la comunidad de la ECCC para unirnos en ese reconocimiento mutuo.

LISTA DE FIGURAS

<i>Figura 1. Objetivo, Resultados e Indicadores.....</i>	7
<i>Figura 2. Game Design Board.....</i>	14
<i>Figura 3. User Persona: Personal técnico y administrativo.....</i>	17
<i>Figura 4. Octalysis: propuesta para personal técnico y administrativo.....</i>	19
<i>Figura 5. User Persona: Estudiantes activos.....</i>	20
<i>Figura 6. Octalysis: propuesta para estudiantes activos.....</i>	22
<i>Figura 7. User Persona: Egresados (Alumni).....</i>	23
<i>Figura 8. Octalysis: propuesta para egresados (Alumni).....</i>	25
<i>Figura 9. User Persona: Personal Docente.....</i>	26
<i>Figura 10. Octalysis: propuesta para personal docente.....</i>	28
<i>Figura 11. Despliegue de la estrategia (vista general).....</i>	29
<i>Figura 12. Logos oficiales del 50 Aniversario.....</i>	29
<i>Figura 13. Ejemplo de publicación para “5 décadas de la ECCC”.....</i>	30
<i>Figura 14. Ejemplo de publicación para “Trivia-50”.....</i>	31
<i>Figura 15. Ejemplo de publicación para “Mi ECCC”.....</i>	31
<i>Figura 16. Ejemplo de publicación para “TBT”.....</i>	32
<i>Figura 17. Ejemplo de afiche promocional para charlas de egresados.....</i>	32
<i>Figura 18. Ejemplo de “Liga 50” en Fantasizr.....</i>	33
<i>Figura 19. Reto, Objetivo, Resultados e Indicadores.....</i>	34
<i>Figura 20. Análisis de usuarios.....</i>	35
<i>Figura 21. Placeres y deseos.....</i>	36
<i>Figura 22. Necesidades básicas.....</i>	37
<i>Figura 23. Elementos de juego.....</i>	38
<i>Figura 24. Mapa de plataformas.....</i>	39
<i>Figura 25. Resumen de Octalysis.....</i>	39
<i>Figura 26. Principios de Narrativa Transmedia.....</i>	40
<i>Figura 27. Distribución de las personas evaluadoras.....</i>	40
<i>Figura 28. Percepción general de la propuesta.....</i>	41
<i>Figura 29. Percepción específica de la extensión.....</i>	41
<i>Figura 30. Percepción sobre “puntos fuertes” de la propuesta.....</i>	42
<i>Figura 31. Percepción sobre “puntos débiles” de la propuesta.....</i>	44
<i>Figura 32. Comentarios adicionales.....</i>	46

1. INTRODUCCIÓN¹

Los primeros comunicadores de Costa Rica eran hombres y mujeres que no poseían formación académica en periodismo. El aumento de los medios de comunicación, a finales de la década de 1940, obligó a los dueños de estos espacios a contratar personal que asumiera el rol de periodistas aunque no contaran con un título profesional que los respaldara. Esto provocó diversos inconvenientes tales como la baja calidad de la información, malas condiciones laborales y falta de personal capacitado para trabajar en los nuevos medios (radio y televisión).

Por estos motivos, la Asociación de Prensa impulsa la creación de una Escuela de Periodismo, con los objetivos de mejorar la calidad académica de las personas que estaban ejerciendo la profesión y, asimismo, capacitar a futuros profesionales en Comunicación. Es así como, un 4 de marzo de 1968, nace la **Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva (ECCC)** de la Universidad de Costa Rica. Un año después, en 1969, se funda el Colegio de Periodistas de Costa Rica.

Aunque en sus inicios la especialidad de la ECCC era el Periodismo, los énfasis en Comunicación se ampliaron y, actualmente, forma a profesionales a nivel de bachillerato en las áreas de Publicidad, Comunicación Social, Producción Audiovisual y Multimedial, Periodismo y Relaciones Públicas. Además, ofrece 2 programas de licenciatura y 3 de Maestría.

La misión de la ECCC es formar profesionales íntegros, críticos, humanistas, independientes y competentes en los distintos ámbitos de la comunicación. La ECCC aspira a ser inclusiva, participativa, y capaz de dar respuestas a las necesidades sociales en comunicación a través de prácticas de docencia, investigación y acción social de excelente calidad, pertinentes, plurales y articuladas. De esta forma, el compromiso de la comunidad de estudiantes, docentes, y personal técnico y administrativo, está orientado hacia el mejoramiento de la sociedad.

Como parte de los logros obtenidos desde su creación, la ECCC fue acreditada en el 2005 ante el Sistema Nacional de Acreditación de la Educación Superior (SINAES) y reacreditada en el 2011. Por otro lado, ha creado unidades de apoyo como el Centro de Producción Audiovisual (CEPROAV); “La Estación”, una agencia estudiantil enfocada en ofrecer a los estudiantes un espacio para aplicar sus conocimientos en Publicidad y Relaciones Públicas; el Centro de Investigación en Comunicación (CICOM), que promueve la investigación en el área; y recientemente, el Laboratorio de Interactividad para la Comunicación (BETA LAB), un espacio en el que se diseñan y desarrollan aplicaciones para la televisión digital.

A través de medio siglo, cientos de personas, entre estudiantes, docentes, personal técnico y administrativo, han escrito conjuntamente la historia de la ECCC. Es una institución viva y dinámica, que influye en sus integrantes, pero que a la vez es moldeada por ellos; que responde a su realidad social, pero que también es capaz de transformarla. En su 50 aniversario, la ECCC desea recordar los eventos y situaciones que la llevaron a hacer lo que es hoy; celebrar el aporte de su comunidad a la institución y a la sociedad; reconocer su naturaleza como motor de cambio; y reflexionar sobre su presente y su futuro.

¹ Información extraída del sitio web oficial de la ECCC: <http://eccc.ucr.ac.cr/>

1.1. Descripción del reto

El principal reto que enfrenta la ECCC consiste en llegar a una amplia variedad de públicos con características muy distintas entre sí (estudiantes, docentes, administrativos, opinión pública, etc), para generar interés en todos ellos y convertirlo en resultados concretos de participación, información y valorización de nuestra unidad académica, durante el año de celebración de su 50 aniversario.

1.2. Solución aportada

Para enfrentar ese reto propongo el actual proyecto: una estrategia de Narrativa Transmedia con elementos de gamificación para apelar a los principales públicos de interés de la ECCC de manera enfocada, diferenciada y lúdica, en busca de fomentar su involucramiento en la celebración del 50 aniversario de la ECCC.

Figura 1. Objetivo, Resultados e Indicadores

Objetivo General	Resultados Esperados	Indicadores Generales
Desarrollar una estrategia de Narrativa Transmedia que genere y mantenga el interés y la participación de los distintos públicos de la ECCC durante el año de celebración de su 50 aniversario (2018)	<ul style="list-style-type: none">• Conocimiento del 50 Aniversario de la ECCC.• Conocimiento sobre la historia, los valores, los actores y la actividad de la ECCC.• Valorización del aporte de la ECCC a sus distintos ámbitos de incidencia.• Involucramiento activo de los distintos públicos en la estrategia.• Cumplimiento de expectativas de asistencia y objetivos específicos de los eventos de celebración.	<ul style="list-style-type: none">• Número de vistas/visitas.• Número y calidad de participación en las interacciones propias de la estrategia.• Volumen de actividad relacionada en redes sociales (likes, shares, etc)• Cobertura de medios externos a la estrategia.• Asistencia a eventos de celebración promocionados.• Valoraciones cualitativas de la estrategia y sus contenidos por parte de los usuarios.

Este proyecto está basado en la siguiente premisa: **“La ECCC cambia”**:

La ECCC cambia... para afrontar los retos de formación que plantea la comunicación.

La ECCC cambia... tu visión de mundo.

La ECCC cambia... tu realidad.

La ECCC cambia... tu futuro.

Es importante recordar que la premisa *no* es un estribillo o “slogan”. Se trata del **mensaje central** que da unidad a la estrategia, y que cada extensión transmedia buscará comunicar a través de sus distintos contenidos y dinámicas. Mediante esta, se busca reforzar la idea no sólo de una Escuela en constante evolución durante sus 50 años de existencia, sino también de una institución capaz de transformar de diversas formas a las personas que la integran y a la sociedad a la que pertenece.

1.3. Estado del Arte

Aunque este proyecto tiene un contexto académico/educativo, sostengo que se inscribe en el ámbito de la aplicación de conceptos transmedia y de gamificación al *marketing* y la *comunicación organizacional*. Esto, por tratarse de una iniciativa que busca:

- **promover** lo que podríamos llamar una “marca institucional” (la ECCC);
- **fidelizar** a distintos públicos hacia ésta (mediante un tratamiento diferenciado);
- y **convertir** esa actitud positiva en una serie de comportamientos beneficiosos para la institución (la promoción y participación en las distintas actividades del 50 aniversario).

No me fue posible encontrar ejemplos de proyectos directamente equivalentes al mío (*NT gamificada como estrategia promocional para el aniversario de una institución educativa*), pero en este apartado analizaré 3 iniciativas recientes de celebración de 50 aniversario de centros de enseñanza superior, que cuenten con presencia en línea y utilicen diversos contenidos y plataformas. Con ello, pretendo identificar prácticas que puedan servir de referencia para mi propio proyecto, aún cuando no estén planteadas como una estrategia nativa de NT/gamificación.

1.3.1. [50 Aniversario University of Bath, Reino Unido.](#)

Este sitio web presenta de entrada un tour rápido (“50 remarkable years”) que muestra de forma sintética y visual el crecimiento de la Universidad de Bath durante los últimos 50 años:

- Línea de tiempo con fotografías de la evolución del campus.
- Video tour (drone footage) del campus actual.
- Línea de tiempo mostrando el número de alumnos.
- 16 íconos que enlazan a información sobre logros y reconocimientos.
- Datos generales de internacionalización.

Además, el sitio se divide en otras 3 secciones principales:

- “Discover our Stories”: múltiples contenidos (textos, fotografías y videos, principalmente) mediante los cuales se relatan historias sobre temas relacionados al aniversario y la vida universitaria de Bath: últimas noticias, conferencias, anécdotas, proyectos destacados de investigación, personajes distinguidos, etc.
- “Attend a celebratory event”: agenda de actividades de la universidad durante el año de celebración. Estos eventos pueden filtrarse por mes, y categorías como: “académicos”, “comunitarios/públicos”, “alumni”, “estudiantes” y “staff”.
- “Get involved in our anniversary year”: una sección que llama a los usuarios a involucrarse en las actividades de celebración, ya sea mediante su asistencia a los eventos agendados (enlace a la sección anterior), donaciones, voluntariados y cursos libres. Asimismo, hay enlace al sitio web oficial de la universidad, y un llamado a que los visitantes “compartan sus memorias” a través de las cuentas de Facebook y Twitter creadas específicamente para el aniversario.

1.3.2. 50 Aniversario Escuela de Caminos, Universidad de Cantabria, España.

Este sitio web de la Escuela de Caminos de la Universidad de Cantabria se introduce como “un espacio vivo, dinámico, que se irá nutriendo de contenido a lo largo de los actos del 50 aniversario y con las aportaciones de todos, con una clara voluntad de continuidad y subsistencia en el tiempo”. Consta de 5 secciones principales:

- “Presentación”: breve mensaje (texto) del Director de la Escuela presentando la conmemoración del 50 aniversario.
- “Eventos y Actividades”: enlaces a 4 actividades relacionadas al aniversario, con su información respectiva (texto).
- “Historia”: un recuento (texto, 6 pantallas) de la historia de la Escuela; así como la conformación de los 11 equipos de Dirección durante los 50 años.
- “Galería”: sección de álbumes fotográficos de la Escuela por categorías: instalaciones, viajes, visitas oficiales, alumnos, profesores, etc.
- “Participa”: formulario para que los usuarios contribuyan con fotos, videos, comentarios o anécdotas sobre su paso por la Escuela.

Es importante anotar que no se encuentra en el sitio vinculación alguna con otra plataforma relacionada con la conmemoración del 50 aniversario (ej. perfil de Facebook, Twitter, YouTube, etc).

1.3.3. 50 Aniversario Escuela de Arquitectura, Universidad de Navarra, España.

Bajo el hashtag “#50ETSAUN”, este sitio web presenta en su página de inicio un acceso rápido a 2 notas periodísticas y 1 galería fotográfica sobre los actos de celebración de su 50 aniversario; así como enlaces al canal de YouTube de la iniciativa y a las cuentas oficiales de RRSS de la Escuela. El sitio cuenta con 5 secciones principales:

- “Presentación”: al igual que el caso anterior, se trata de un breve mensaje introductorio firmado por varios Directores de la institución.
- “Premios Pritzker”: video de la conferencia con tres ganadores de Premio Pritzker, realizada como parte de las actividades de celebración.
- “Libro 50”: presentación y formulario de pedido de un libro conmemorativo del cincuentenario de la Escuela.
- “Fotos”: se asume que esta sección sería una galería de imágenes similar a la que se enlaza en la página de inicio, o esa misma. Sin embargo, al momento de explorarla, la sección se encuentra vacía.
- “Colabora+”: formulario para solicitar la contribución monetaria de los visitantes para sufragar los gastos de las actividades de celebración.

1.3.4. Conclusiones

Si bien ninguno de los tres casos de estudio puede ser considerado como una iniciativa transmedia propiamente, presentan ciertas características que se relacionan con ese abordaje y son de interés como referencias para este proyecto:

- **Diversidad de plataformas:** Aún enfocados en un solo medio (la web), estos proyectos (Universidad de Bath y Escuela de Arquitectura, específicamente) promueven el movimiento del usuario entre el contenido de los sitios de aniversario y otras plataformas externas pero relacionadas temáticamente, como canales de YouTube, cuentas de Twitter, Facebook y otros sitios web.
- **Diversidad de tipo de contenidos:** Un sitio como el de la Escuela de Caminos de la Universidad de Cantabria resulta monótono por utilizar pocos recursos más allá del texto escrito, mientras que el de la Universidad de Bath es quizás el más atractivo de los tres por su variedad (fotos, videos, gráficos, animaciones). El texto escrito es sin duda un elemento importante para la claridad de la experiencia (ver siguiente punto), pero debe complementarse con otro tipo de modalidades de expresión.
- **Sencillez y claridad:** Es importante que la variedad de contenidos se agrupe en pocas categorías generales, con un diseño sintético y visual que busque estructurar el producto y facilitar la exploración del usuario. En dos de los casos analizados (Universidad de Cantabria y Escuela de Arquitectura), esa exploración no siempre es lo más fluida/intuitiva, resultado de la presencia del mismo contenido en distintas categorías, o la ausencia de descripciones que presenten o expliquen el contenido.
- **Interacción:** Las tres iniciativas ofrecen opciones y espacios de interacción al usuario, más allá de la simple navegación del sitio web: específicamente, el llamado a participar en actividades de celebración en el “mundo real”, y a colaborar mediante contenidos propios o donaciones y compras. La participación es un aspecto central de estos proyectos, pero aquí se promueve de forma bastante limitada y sin aprovechar elementos o dinámicas de gamificación.
- **Públicos:** Los proyectos analizados interpelan a un público general relacionado de alguna manera con las instituciones (alumni, predominantemente), pero no se distingue una segmentación clara de ese público ni un modo diferenciado de apelar a los múltiples otros subgrupos que lo conforman (personal administrativo, personal técnico, personal docente, estudiantes activos, etc). Esto es algo que una estrategia transmedia debe contemplar y explotar de forma más detallada.

2. FUNDAMENTOS TEÓRICOS

En esta sección, se procede a definir conceptualmente los cuatro ejes esenciales que una iniciativa transmedia/gamificada debe contemplar: la narrativa base o “storytelling”; la estructura transmedia del proyecto; el diseño de gamificación; y la propuesta estética.

2.1. Eje de Narrativa

Según Stam, Burgoyne & Flitterman-Lewis (1992), la narrativa puede ser entendida como el recuento de dos o más eventos que están lógicamente interconectados, ocurren en espacios y tiempos determinados, y son unificados por un tema consistente (pg. 69). David Herman (2009), por su parte, define el concepto de narrativa de la siguiente forma:

- Un modo de representación que está situado (y debe ser interpretado según) un contexto específico de discurso u ocasión para su relato (“*situación*”).
- Se enfoca en un curso temporal estructurado de eventos (“*secuencia de eventos*”).
- Esos eventos representados presentan algún tipo de disrupción o desequilibrio en el mundo narrativo, ya sea que ese mundo sea real o ficcional (“*creación/disrupción de mundo*”).
- Esta representación comunica lo que se siente vivir a través de este “mundo en transición”, resaltando el efecto que esos eventos generan en la conciencia (real o imaginaria) que experimenta el desequilibrio en cuestión (“*lo que se siente*”). (pg. 9)

Asimismo, es importante tomar en cuenta la distinción que hace Jaume Durán Castells en el curso de “Guión no lineal” de este Máster, donde se diferencia el concepto de *historia* como el desarrollo sistemático de acontecimientos relacionados a cualquier actividad humana, y la *narración* como el proceso y la forma específica en la que se comunica esa historia (Clase 1).

El aspecto narrativo es el eje central de esta propuesta, que a su vez se relaciona directamente con la forma en que la(s) historia(s) de la ECCC se difundirán a través de múltiples medios y plataformas. Por tanto, procedo a ahondar en este concepto en el siguiente apartado que se enfoca en el concepto de la *Narrativa Transmedia (NT)*.

2.2. Eje Transmedia

Para Henry Jenkins (2010) la narración transmedia representa un proceso en el cual elementos integrales de una historia (sea de ficción o no) se dispersan sistemáticamente a través de múltiples canales de distribución con el propósito de crear una experiencia de entretenimiento unificada y coordinada, y en donde -idealmente- cada medio ofrece una contribución propia y diferenciada al desarrollo de la historia y el disfrute de la experiencia.

Jenkins menciona 7 principios que fundamentan este tipo específico de narración de historias:

- *Construcción de mundo*: Las NT ofrecen y promueven la creación de extensiones más allá de un relato central para así ofrecer una representación más rica e inmersiva del mundo narrativo en el que sucede la acción. Estas extensiones pueden ser experiencias virtuales (que suceden en el ámbito “virtual” de la representación mediática) o suceder en el mundo real.
- *Serialidad*: Las NT suponen un cambio en la forma en como concebimos la serialidad. En vez de tomar un arco narrativo y dividirlo en múltiples fragmentos o “episodios” en un mismo medio, las NT cuentan *múltiples historias sobre un mismo mundo narrativo* desplegadas a través de distintos medios.
- *Participación*: Este concepto se refiere al potencial de la NT para promover acciones del usuario que pueden convertirse en parte de la NT en sí. Algunas de estas actuaciones de la audiencia pueden ser fomentadas por el autor (top-down); mientras que otras surgen de manera espontánea. Independientemente de esto, es importante señalar que los usuarios más comprometidos con la experiencia, siempre buscarán espacios potenciales de actuación, sean estos “permitidos” o no por el sistema.
- *Subjetividad*: Las NT permiten explorar un relato central a través de distintas perspectivas. Esta diversidad de puntos de vista se presta para la representación de múltiples subjetividades y la posibilidad de estructurar propuestas según quién narra, a quién, y por qué/para qué.
- *Propagabilidad vs Perforabilidad*: La “perforabilidad” se refiere a la posibilidad que la NT le brinda al usuario de explorar sus distintas capas de contenido. La “propagabilidad”, por otro lado, tiene que ver con la capacidad y motivación que le ofrecen al usuario para compartir/difundir esos contenidos.
- *Inmersión vs Extracción*: La inmersión se refiere al ingreso (físico o emocional) del usuario al mundo narrativo, mientras que la extracción hace referencias a elementos de ese mundo (físicos o virtuales) que el usuario puede incorporar a su vida cotidiana.
- *Continuidad vs Multiplicidad*: Mientras que algunas NT pueden enfatizar la continuidad y apego a un canon para garantizar la coherencia lógico-narrativa entre todas sus extensiones (“continuidad”), otras pueden optar por ofrecer (y promover) múltiples versiones alternas de sus personajes/historias como una forma de incentivar la participación de los usuarios, o apelar a motivadores de exploración y maestría sobre el contenido (“multiplicidad”).

Así pues, el gusto por las NT (y por ende, su eventual éxito) se basa en gran parte en cuán atractivo sea para la audiencia el *mundo narrativo* que se explota. Como lo apunta Carlos Scolari (2013), cuando amamos una historia y su mundo narrativo, queremos más y más textos que le den substancia a ese mundo, y más y más objetos

relacionados que nos permitan demostrar nuestra lealtad a él. Marie-Laure Ryan (2015), refuerza esta posición:

“En su forma clásica, la narrativa transmedia no es un juego de armar una historia como si fuera un rompecabezas, sino más bien un viaje de ida y vuelta a un mundo favorito. La NT satisface la pasión de un enciclopedista por adquirir más y más información sobre un mundo, o la pasión de un coleccionista por adquirir más y más souvenirs, pero no la pasión de un detective por reconstruir una historia a partir de hechos diseminados. Así pues, más que “narrativa transmedia” el fenómeno debería llamarse “construcción de mundo transmedia”. (pgs 5-6)

Esta perspectiva nos enlaza así con el siguiente apartado, pues se trata de un impulso que responde a motivadores intrínsecos como la Autonomía, la Maestría y la Relación (Marczewski; 2013), que también sirven de base para iniciativas de gamificación.

2.3. Eje de Gamificación

El término “gamificación” se refiere al empleo de elementos y dinámicas propias de los juegos en contextos y propósitos no-lúdicos. En ese sentido, la gamificación como *práctica humana* es probablemente tan antigua como el juego mismo. Sin embargo, la gamificación como *campo teórico y profesional* comienza a desarrollarse tan recientemente como una década atrás, conjugando y nutriéndose de variadas disciplinas como la psicología, la comunicación, el diseño, las ciencias de la computación y la ludología, entre otras. Sus aplicaciones han sido igualmente diversas, generando una amplia gama de proyectos orientados al fomento de la productividad, las finanzas, la salud, la educación, la sostenibilidad, la información y el entretenimiento (Deterding et al., 2011).

Definir nuestro objetivo es el punto de partida de la gamificación. Comprender exactamente lo que se quiere lograr, nos permite identificar si la intervención gamificada ofrece una solución apta para esa necesidad y justificar dicha intervención. Al mismo tiempo, se caracterizan los principales usuarios de la propuesta mediante “usuarios-tipo”: la investigación detallada del público final para el reconocimiento (y posterior aprovechamiento) de sus perfiles, intereses, motivaciones generales

A partir de esa información inicial, se pasa a desarrollar una solución que responda a 4 líneas fundamentales (Schell; 2008): *el eje de storytelling*, o base narrativa de la propuesta; *el eje tecnológico*, que define la concreción material del producto; *el eje estético*, que plantea los criterios de estilo y accesibilidad; y *el eje de mecánicas*, donde se especifican los elementos de juego que utilizará el proyecto, las acciones del usuario y la estructura de su experiencia.

Asimismo, este modelo de desarrollo contempla la elaboración de prototipos, su prueba y validación con usuarios finales mediante métricas e indicadores (*playtesting*), y el afinamiento respectivo de la propuesta a partir del *feedback* recabado.

Este proceso general se resume en el siguiente “Game Design Board” elaborado por Ferran Altarriba (2014), y que este trabajo utilizará como guía para la definición de su componente gamificado:

Figura 2. Game Design Board

DISEÑAMOS UN JUEGO? 😊

1- OBJETIVOS

Tiene el juego un objetivo más allá del entretenimiento? Sí No

Cuál?

Qué queremos que hagan los jugadores? (acciones concretas)

1- _____

2- _____

3- _____

4- _____

5- _____

3- NARRATIVA

El protagonista

Es...

(escribe, dibuja o colorea una imagen del protagonista)

El conflicto

El antagonista

No se preocupe de una persona. Puede ser también un hecho, una situación, un rasgo de la personalidad del protagonista...

Es...

El mundo

Otros personajes

4- ESTRUCTURA

Durada

0 30 1h 3h 1 día 7 días 1 mes 1 año 2 años

Contemplemos los placeres...

Sensación física	Descubrimiento	Expresión	Sumisión
Narrativa	Fantasia	Contacto social	Reto

Motivadores → Acciones

Los motivadores son aquello que hará que los jugadores sientan ganas de jugar. Las acciones son lo que harán en el juego, verlos. Elige los motivadores y las acciones que más encajen con tus intenciones jugadores.

Poder	Ser el centro de atención	Ser un héroe
	Ser un hombre sabio	Triunfar ante un conflicto
	Completar cosas	Competir

Independencia	Personalizar cosas	Explorar un mundo
----------------------	--------------------	-------------------

Curiosidad	Basar conocimiento	Misterio
	Visitar un lugar nuevo	Escuchar historias
	Imaginar cosas nuevas con el pasado	Tener miedo

aceptación	Contar historias	Hacer el teatro
-------------------	------------------	-----------------

Coleccionar	Recoleccionar	Encontrar tesoros
--------------------	---------------	-------------------

Honor	Proteger normas	Fortalecer relaciones
--------------	-----------------	-----------------------

Idealismo	Mejorar la sociedad	Ser rebelde
------------------	---------------------	-------------

Cont. Social	Ayudar a alguien	Ser reconocido
	Intercambiar regalos	Competir

Status	Ser el centro de atención	Ser un héroe
	Querer reconocimiento	Competir

Activ. Física	Competir	Exercitarse animadamente
	Mejorar una habilidad	Retarse

Tranquilidad	Tener experiencias culturales o estéticas	Relajarse
---------------------	---	-----------

Venganza	Especiar justicia	Ser rebelde
-----------------	-------------------	-------------

Ordenar	Reconocer patrones	Organizar
	Gestionar personas	Ser un hombre sabio

Otras acciones

Prever el futuro	Negociar	Ser traidor
Humillarse	Cooperar	Ser el malo

5- ELEMENTOS DE JUEGO

Puntos	Ránkings	Vidas	Medallas
Misiones	Equipos	Avatares	Monedas
Tesoros	'Easter eggs'	Inventory	Ármas
Antagonista	Aliados	Chat	Mundo virtual
Mapa	Catálogo	Mercado	Random
Exomigo final	Pistas	Barra de progreso	Cuenta atrás

6- PLATAFORMAS

Juego tradicional	Videojuego	Transmedia
Dados	2D	QR
Tablero	Consola	Realid Aumentada
Cartas	Online	Geolocalización
Fichas	Teclado	Video
Pelota	Phone	Objet interactivos
	Plataformas	Redes sociales
	Estrategia	Libro/revista
	First Pers. Shooter	

Combina entre columnas si es necesario

7- PREGÚNTATE...

Cuando diseñamos un juego, es muy importante mirarlo con perspectiva periódicamente. (Usa estos y otras preguntas de vez en cuando)

- 1- ¿Es realizable realisticallyamente?
- 2- Es demasiado difícil de entender?
- 3- Los jugadores aprenden mientras juegan?
- 4- Responde a lo que los usuarios esperan?
- 5- Es probable el juego cumpla los objetivos?
- 6- Encaja todo coherentemente?
- 7- Lo más importante: te gusta?

🐦 @ferranaltarrriba
Ferran Altarrriba © 2014
www.ferranaltarrriba.com

2.4. Eje de Estética

En su artículo sobre los principios del placer en el diseño, Paul Hekkert (2006) se refiere a la experiencia estética como el placer (o disgusto) que resulta de una percepción sensorial. Argumenta el autor que, desde la perspectiva de la psicología evolutiva, preferimos ciertos patrones que contribuyen al mejor funcionamiento de nuestros sentidos primarios, y por ende, a nuestra supervivencia. Hekkert identifica cuatro principios generales que fundamentan el placer estético:

- **Máximo efecto por mínimos medios:** nuestros sistemas sensoriales buscan funcionar de la forma más eficiente, con lo cual preferimos invertir la menos cantidad de medios (esfuerzo, recursos, capacidad cerebral) para obtener el mayor efecto posible, sea en términos de supervivencia, reproducción, aprendizaje, etc.
- **Unidad en la variedad:** la función de los sentidos es la de recopilar información sobre el mundo que nos rodea y distinguir entre lo beneficioso y lo peligroso para nuestro bienestar. Parte esencial de esto es la capacidad de percibir conexiones y establecer relaciones, detectar el orden dentro del caos, la unidad presente dentro de la variedad. Dada la capacidad limitada de nuestro cerebro, preferimos entonces aquellas situaciones en donde nos es más fácil identificar esa relación.

- *Avanzado, pero aceptable*: similarmente, tendemos a preferir los ejemplos más típicos de una categoría como forma de evadir el riesgo de lo desconocido; aquellos casos a los que hayamos estado más expuestos y nos resulten más familiares. No obstante, también somos atraídos por lo nuevo y lo distinto, como forma de contrarrestar los efectos de aburrimiento y saturación. El principio MAYA (*most advanced, yet acceptable*), propone que es posible incrementar la novedad de un diseño preservando su familiaridad, para lograr una combinación de ambas características.
- *Óptima interrelación*: todos los productos son multimodales, en cuanto apelan a varios sentidos simultáneamente. Este último principio se refiere a la importancia de que exista una congruencia y relación armónica entre los distintos estímulos que genera un determinado diseño.

Así pues, más que una propuesta visual o “manual de estilo”, la concreción de este eje en mi proyecto estará más orientado a aplicar lineamientos de accesibilidad y experiencia de usuario (UX), según lo aprendido en los cursos de este Máster.

3. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

Por su objetivo de apelar de forma diferenciada a los distintos actores relacionados a la ECCC, se propone que cada uno de los componentes transmedia (“extensiones”) se dirija a un público en particular. Una discusión inicial del proyecto con la Dirección de la ECCC identificó los siguientes grupos de interés:

- **Personal técnico y administrativo** (activos y no-activos en servicio)
- **Estudiantes activos** (bachillerato, licenciatura, posgrado)
- **Egresados/“Alumni”** (tanto activos como no-activos profesionalmente)
- **Personal docente** (activos y no-activos en servicio)

- Comunidad universitaria externa a la ECCC (tanto UCR como otras nacionales)
- Público universitario internacional
- Opinión pública nacional:
Este categoría a su vez se divide en 3 ámbitos:
 - i. **Ámbito “cercano”**: personas/instituciones sociales, políticas, comerciales, educativas relacionadas con la comunicación, que son externas a la ECCC, pero que guardan una relación estrecha/directa con ésta. Ej: Colegio de Periodistas.
 - ii. **Ámbito “medio”**: personas e instituciones sociales, políticas, comerciales, educativas relacionadas con la comunicación, pero sin un relación estrecha/directa con la ECCC. Ej. Canal 7.
 - iii. **Ámbito “lejano”**: personas e instituciones sociales, políticas, comerciales, educativas sin una relación estrecha/directa con la comunicación, ni con la ECCC. Público general. Ej. Intel.

Por razones prácticas, la propuesta elaborada para este Máster se enfoca en los primeros 4 grupos de interés (en **negrita**) como “proyecto piloto”. Este trabajo será valorado por una comisión de la ECCC específicamente integrada para la planificación de las actividades de celebración del 50 aniversario, tras lo cual se pretende afinar la propuesta y complementarla con extensiones dirigidas a los públicos restantes.

A continuación, se presenta el diseño conceptual de cada una de las extensiones, realizadas a partir de los conceptos teóricos esbozados anteriormente y el diálogo con los distintos públicos. Cada sección incluye la definición de los siguientes elementos:

- Objetivo específico de la extensión
- Descripción general de la propuesta
- User persona(s)
- Componentes narrativos
- Plataformas de difusión
- Propuesta de interactividad/participación
- Octalysis de la propuesta

3.1. Público: Personal Técnico y Administrativo

3.1.1. Objetivo de la extensión:

Visibilizar y reconocer el aporte *práctico y humano* que brinda el personal técnico-administrativo a la comunidad de la ECCC.

3.1.2. Descripción general de la propuesta:

Serie de **video-semblanzas** (1-2 minutos) del personal técnico y administrativo. Cada video presentará brevemente a un(a) compañerx y su quehacer, así como sus anécdotas y opiniones sobre su experiencia en la ECCC.

3.1.3. User Persona:

Figura 3. User Persona: Personal técnico y administrativo

	<p style="text-align: center;">Percepción de la ECCC</p> <p style="text-align: center;">“La ECCC es mi segunda casa”</p> <p><i>“La Escuela es un lugar vibrante, en donde estás en contacto con mucha gente que es muy distinta entre sí. Eso te ayuda a crecer como persona; a tener más paciencia, a apreciar las diferentes formas de ser y aprender de todos.”</i></p> <p><i>“La Escuela ha cambiado mucho en tamaño e infraestructura, pero siento que ahora estamos más separados como comunidad. En el viejo edificio había más chance de compartir con los estudiantes, los profes y los demás compañeros.”</i></p> <p><i>“Ahora esas interacciones se han perdido. Casi ni los vemos. La gente interactúa con nosotras cuando necesita algo, pero todo es muy rápido y “a lo que vinimos”.”</i></p> <p><i>“El trabajo en sí puede ser muy rutinario. Es importante mantenerse motivada.”</i></p>	<p style="text-align: center;">Guías para la Extensión</p> <p>Plataformas:</p> <ul style="list-style-type: none">-Computadora de trabajo.-Interacción cara-a-cara.-Espacio físico de la ECCC. <p>Límites:</p> <ul style="list-style-type: none">-Que no interfiera con sus labores diarias.-Que no afecte sus horarios de entrada y salida.-Que no exija mucha interacción o repetición. <p>Características Ideales:</p> <ul style="list-style-type: none">-Breve y sencillo.-Divertido. Que rompa la rutina.-Visible y compartible. <p>Tipo de Usuario (Marczewski): Filántropo: énfasis en el propósito de sus acciones; ayudar a otros.</p> <p>Tipo de Diversión (Lazzaro): Serious Fun: juego con recompensas tangibles y significativas en el mundo real.</p> <p>Motivadores RAMP:</p> <table border="0" style="width: 100%;"><tr><td style="width: 50%;">Relación</td><td style="width: 50%;">Propósito</td></tr></table>	Relación	Propósito
Relación	Propósito			

Mariela

Mujer (45 años, casada), labora jornada completa en la ECCC en funciones administrativas.

Mariela tiene muchos años de trabajar aquí y ha sido testigo del paso de múltiples generaciones y eventos clave en la historia de la Escuela. Está orgullosa de esa experiencia, la cual le da una visión panorámica e interna que pocos tienen sobre el funcionamiento de la ECCC.

Tiene un lazo afectivo fuerte con su grupo de compañerxs y con la institución, pero también ha llegado a sentir que su aporte no se valora lo suficiente, o que no tiene un impacto en la comunidad más allá de sus tareas cotidianas.

3.1.4. Componentes narrativos:

Para garantizar su unidad y consistencia, los videos contarán con una misma estructura narrativa:

Gancho (Cold Open)	Imágenes del personaje en sus funciones diarias, acompañada de una de sus frases más significativas en voice-over (10-15 segundos)
Careta	Presentación gráfica del personaje e información general: nombre, puesto, tiempo laborado, aficiones, etc. (5-10 segundos)
Bloque 1	Personaje explica sus funciones y comparte una anécdota sobre su tiempo en la ECCC (30-35 segundos)
Bloque 2	Otros miembros de la ECCC hablan sobre el personaje y resaltan sus cualidades y/o la importancia de su trabajo (25-30 segundos)
Bloque 3	Personaje reflexiona sobre el papel de la ECCC y lo que significa ser parte de esta institución (25-30 segundos)

Los personajes de esta serie de videos son:

Nombre	Cargo
1. Johnny Rodríguez	Jefe Administrativo
2. Guiselle Mena	Asistente de dirección
3. Meilyn Arias	Asistente de administración
4. Patricia Coto	Encargada de asuntos estudiantiles
5. Catalina Salazar	Encargada de atención al usuario y archivo
6. Angélica Castro	Asistente de dirección (PPC)
7. Priscilla Núñez	Asistente de administración (PPC)
8. Víctor Mejías	Conserje
9. Ronald Saborío	Conserje
10. Rogelio Jiménez	Coordinador técnico del CEPROAV
11. Josué Rosabal	Encargado de Informática
12. Armando Duarte	Técnico de audio
13. José Manuel Navarro	Técnico de audio
14. Wolfgang Anguizola	Técnico de televisión
15. Jose Pablo Coto	Técnico de televisión
16. Alexandro Sequeira	Técnico de televisión
17. Pilar Vásquez Cabrera	Técnica de televisión
18. Edgar Valverde	Apoyo Técnico
19. Personal no-activo (exfuncionarios)	---

3.1.5. Plataformas de difusión:

Publicaciones semanales en el canal de YouTube y el perfil oficial de la ECCC en Facebook. Además, los videos se mostrarían en el espacio físico de la Escuela a través de las pantallas de video público/informativo.

3.1.6. Propuesta de participación/interactividad:

La participación de los usuarios meta en este caso es performativa: participan al acceder a ser entrevistados y grabados durante sus labores para su video-semblanza personal.

Asimismo, la publicación de cada video-semblanza irá acompañada de una llamada a la acción para el resto de la comunidad de la ECCC en Facebook: *reaccionar, compartir y, en especial, comentar* la publicación con anécdotas y opiniones sobre el aporte de los compañeros a la ECCC.

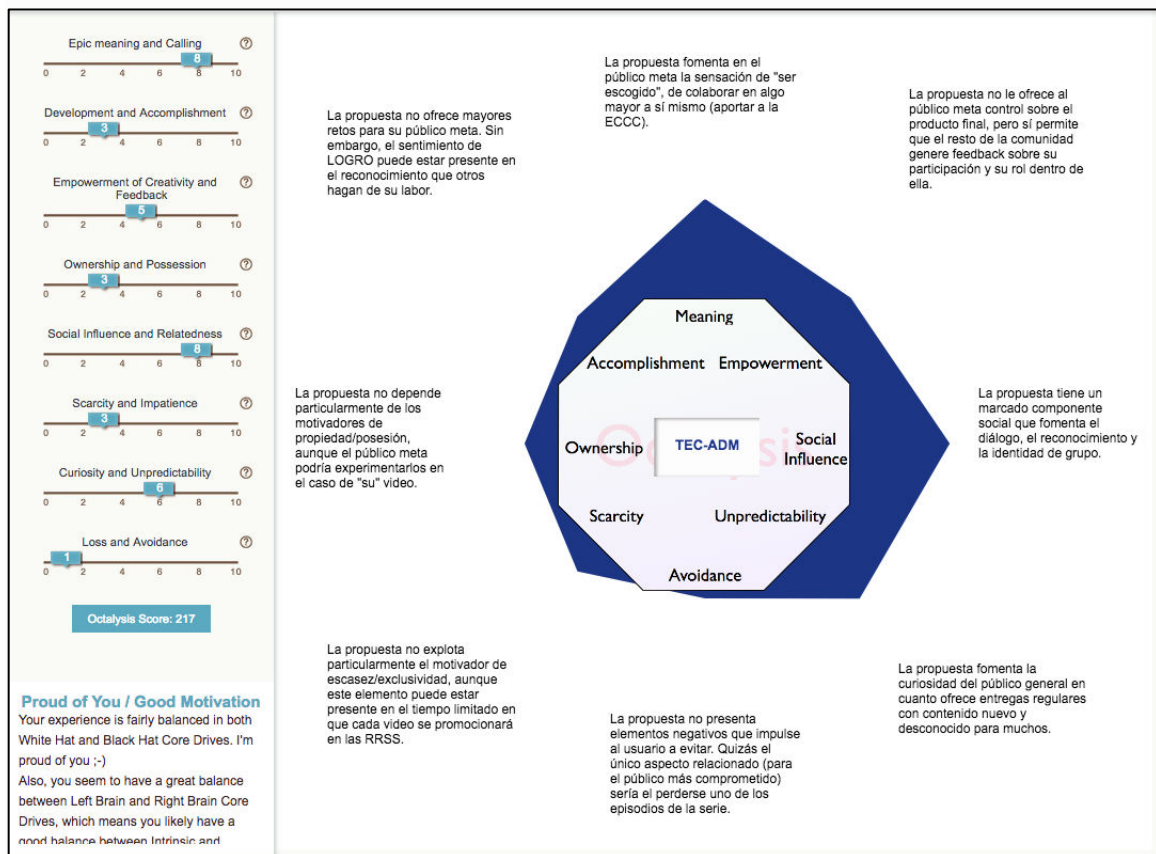
Con esto, se pretende aprovechar la disposición característica del público meta de aportar/colaborar con la ECCC, pero al mismo tiempo resaltando su labor y fomentando su reconocimiento y la relación con su comunidad que echan de menos.

Otro nivel de participación de esta propuesta consiste en gestionar la ayuda de docentes y estudiantes activos de la ECCC para la realización de estas video-semblanzas, como ejercicios calificables en cursos de producción audiovisual.

3.1.7. Octalysis:

Al aplicar el [esquema de análisis](#) de Yu-Kai Chou para sistemas gamificados, se resalta lo siguiente:

Figura 4. Octalysis: propuesta para personal técnico y administrativo



3.2. Público: Estudiantes Activos

3.2.1. Objetivo de la extensión:

Fortalecer el sentido de pertenencia y el vínculo emocional de los estudiantes activos con la ECCC.

3.2.2. Descripción general de la propuesta:

Revista estudiantil digital de 6 entregas (3 por cada semestre regular del año de aniversario). Esta revista estará dedicada temáticamente al cincuentenario de la ECCC y la elaboración de cada entrega correrá a cargo de 6 grupos integrados por estudiantes activos de distintos énfasis y generaciones.

3.2.3. User Persona:

Figura 5. User Persona: Estudiantes activos

	<p style="text-align: center;">Percepción de la ECCC</p> <p style="text-align: center;">“Me gusta mucho estudiar aquí”</p> <p><i>“La gente del staff, tanto profesores como técnicos, han sido parte importante de mi vida estudiantil. Me han apoyado y ayudado a conseguir oportunidades valiosas de crecimiento.”</i></p> <p><i>“Las actividades estudiantiles me brindan experiencias que me gustan e interesan, como por ejemplo el concurso de cortometrajes “Las48” o las actividades de la “UnoCinco”.”</i></p> <p><i>“La Escuela es un espacio muy tuanis, con muchos recursos que los estudiantes podemos aprovechar. Me gusta mucho estudiar aquí.”</i></p> <p><i>“No me gusta la desorganización e incertidumbre que hay a veces, pero creo que tenemos una relación muy horizontal con los profes y el personal administrativo que nos permite conversar y encontrar soluciones. Me consta que eso no sucede en muchas otras escuelas.”</i></p>	<p style="text-align: center;">Guías para la Extensión</p> <p>Plataformas:</p> <ul style="list-style-type: none">-Dispositivos móviles.-Interacción cara-a-cara.-Espacio físico de la ECCC. <p>Límites:</p> <ul style="list-style-type: none">-Que no interfiera con horarios de clase.-Que no se presente como una actividad impuesta por la ECCC. <p>Características Ideales:</p> <ul style="list-style-type: none">-Que sea divertido.-Que ofrezca una experiencia de formación profesional.-Que genere un sentido de competencia sana.-Que sea una iniciativa horizontal (de los estudiantes para los estudiantes) <p>Tipo de Usuario (Marczewski):</p> <p>Socializers: trabajo en equipo y competencia, networking, reconocimiento y status social.</p> <p>Achiever: busca ganar, sobresalir.</p> <p>Tipo de Diversión (Lazzaro):</p> <p>People Fun: diversión mediante acciones de cooperación y competencia.</p> <p>Hard Fun: uso de retos y estrategia para la obtención de logros.</p> <p>Motivadores RAMP:</p> <p>Relación Autonomía Maestría</p>
---	--	---

Esteban

Hombre (20 años, soltero), estudiante de tiempo completo en el tercer año de la ECCC.

A Esteban le gusta involucrarse en diferentes proyectos y espacios de la universidad. Está feliz de estudiar en la ECCC y ser parte de la UCR, una experiencia que ha ido moldeando su personalidad, ideas y carácter en estos años.

En la ECCC ha creado un grupo cercano de amigos, con los que comparte tanto a nivel académico, como social y afectivo. Su grupo es muy importante para él.

Siente que la Escuela es una buena plataforma para empezar a desarrollarse profesionalmente y que le ha brindado oportunidades de crecimiento personal y profesional. Sin embargo, también siente que hay una necesidad de actualización y mayor organización.

3.2.4. Componentes narrativos:

Además del tema general del aniversario, se propone que cada entrega de la revista se inspire en etapas clave del “monomito” de Joseph Campbell, para explorar así las diversas formas en que la ECCC y sus integrantes han vivido su propio “viaje del héroe” durante 50 años. Estos motivos temáticos son los siguientes:

- **Entrega 1:** “El llamado a la aventura”
- **Entrega 2:** “El encuentro con el mentor”
- **Entrega 3:** “La travesía del primer umbral”
- **Entrega 4:** “El camino de las pruebas”
- **Entrega 5:** “La recompensa”
- **Entrega 6:** “El retorno con el elixir”

Con el fin de estructurar y dar unidad a la iniciativa, se pretende que las distintas entregas de la revista cuenten con ciertos elementos en común, como por ejemplo:

Portada	Introducción al motivo temático y la propuesta visual de la entrega.
Carta Editorial	Presentación del grupo sobre su abordaje y motivaciones.
Crónica	Crónica multimedia sobre algún evento relacionado a la ECCC.
Foto Ensayo	Exploración visual sobre el motivo temático de la entrega o algún otro aspecto relacionado a la ECCC y su aniversario.
Video Ensayo	Exploración audiovisual sobre el motivo temático de la entrega o algún otro aspecto relacionado a la ECCC.
Reseña	Reseñas multimedia sobre proyectos realizados por estudiantes de la ECCC.
Entrevista	Entrevista a alguna persona relacionada a la ECCC.

3.2.5. Plataformas de difusión:

Sitio web exclusivo para la revista digital. La iniciativa se promocionará a través de las redes sociales de la ECCC y la Asociación de Estudiantes, así como afiches colocados en las instalaciones físicas de la Escuela.

3.2.6. Propuesta de participación/interactividad:

La participación de los usuarios meta se promoverá de dos maneras: la primera es mediante el concurso principal en el que se convocará a estudiantes activos de la ECCC a conformar 6 grupos de distintos énfasis y generaciones para la edición de los ejemplares de la revista digital, siguiendo las pautas generales ya mencionadas.

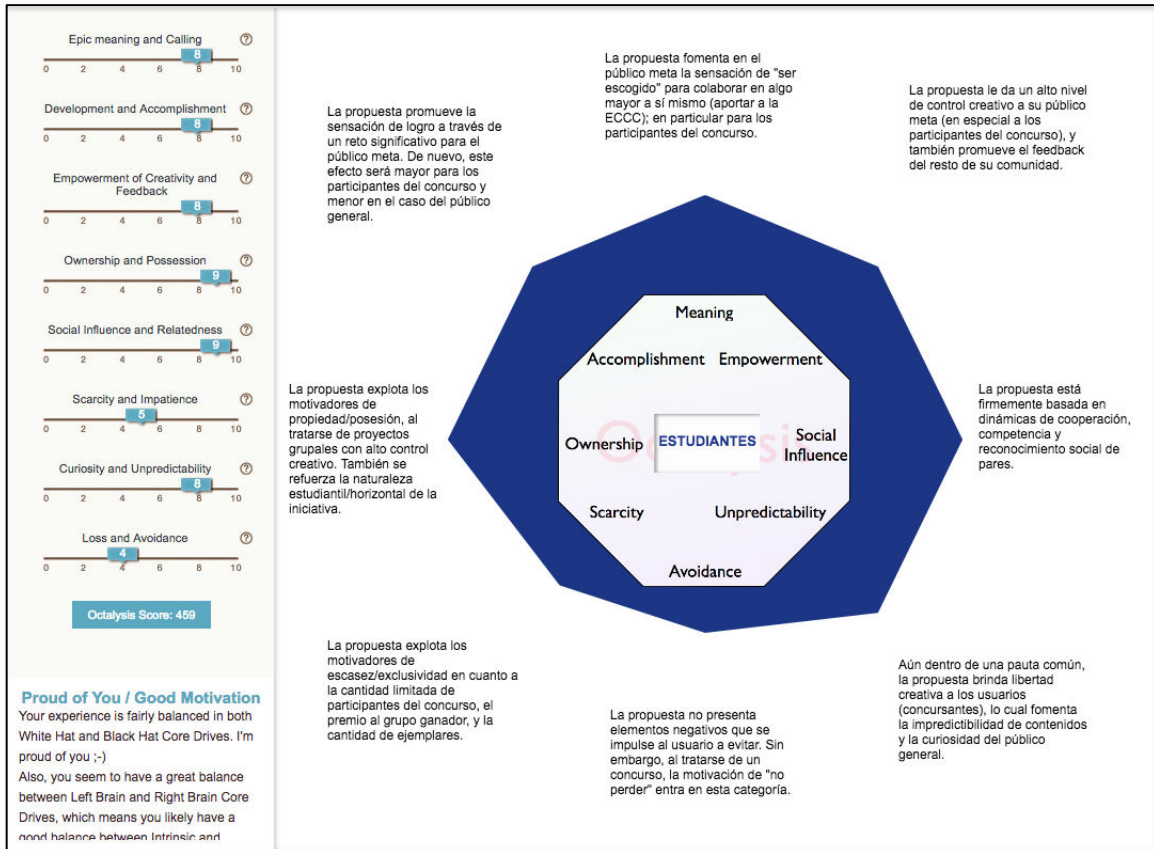
A final del año habrá una muestra de todas las entregas y una premiación a la mejor edición. El ganador será escogido a partir de distintos criterios de calidad, tanto por un jurado especial como por votación popular de la misma comunidad estudiantil activa.

El segundo nivel de interacción es para el resto de la comunidad estudiantil que no participe en la creación de las entregas. Aquí se fomentará la participación del público fomentando que consuman, comenten y compartan los contenidos a través de redes sociales.

3.2.7. Octalysis:

Al aplicar el [esquema de análisis](#) de Yu-Kai Chou para sistemas gamificados, se resalta lo siguiente:

Figura 6. Octalysis: propuesta para estudiantes activos



3.3. Público: Egresados (Alumni)

3.3.1. Objetivo de la extensión:

Ofrecer espacios que fomenten el recuento de experiencias y diálogo entre personas egresadas de la ECCC, así como su acercamiento (virtual y físico) a la Escuela.

3.3.2. Descripción general de la propuesta:

Campaña en redes sociales para promover la interacción entre el público meta y entre estos y la ECCC. Este esfuerzo busca encauzar la expectativa y participación del público hacia el evento social que se llevará a cabo como parte de las actividades de celebración del 50 aniversario.

3.3.3. User Persona:

Figura 7. User Persona: Egresados (Alumni)

 <p>Kattia Mujer (50 años, casada), ejerce profesionalmente en la oficina de Comunicación de una ONG.</p> <p>Desde que se graduó hace un par de décadas, ha tenido muy poco contacto con la ECCC. Recientemente, se unió al grupo de Facebook de la “Red Alumni”.</p> <p>Tiene pocos referentes sobre la situación actual de la Escuela: no conoce el nuevo edificio, el nuevo plan de estudios o la mayor parte del cuerpo docente.</p> <p>A Kattia le gustaría compartir sus experiencias profesionales con las nuevas generaciones, pero sus responsabilidades laborales se lo dificultan. También le gustaría estar más en contacto con sus antiguos compañeros de generación.</p>	<p>Percepción de la ECCC</p> <p>“Fue una época muy linda de mi vida”</p> <p><i>“Creo que ya no podría encontrar la Escuela. Me contaron que se cambiaron de edificio.”</i></p> <p><i>“Fue una época muy linda de mi vida. Disfruté mucho el aprendizaje, pero también las fiestas y las amistades que ahí se formaron.”</i></p> <p><i>“De los que nos graduamos en mi generación, muchos siguen activos y les ha ido muy bien profesionalmente. Creo que hay un par que son docentes de la Escuela.”</i></p> <p><i>“Siento que los que trabajamos en Comunicación podríamos aportar mucho a la Escuela desde nuestra experiencia. Lo difícil a veces es encontrar el momento y la situación.”</i></p> <p><i>“Sigo en contacto con un grupo pequeño de ex-compañeros, pero sería lindo reunir a más gente de la generación, volver a la Escuela y compartir un rato.”</i></p>	<p>Guías para la Extensión</p> <p>Plataformas:</p> <ul style="list-style-type: none">-Correo electrónico.-Interacción cara-a-cara.-Redes sociales-Medios tradicionales (tv, radio, etc) <p>Límites:</p> <ul style="list-style-type: none">-Que no interfiera con su horario laboral.-Que no les tome mucho tiempo. <p>Características Ideales:</p> <ul style="list-style-type: none">-Que permita la interacción social.-Que facilite un reencuentro con la ECCC.-Que ofrezca la posibilidad de aportar a la comunidad ECCC. <p>Tipo de Usuario (Marczewski): Socializers: trabajo en equipo y competencia, networking, reconocimiento y status social. Filántropo: énfasis en el propósito de sus acciones; ayudar a otros.</p> <p>Tipo de Diversión (Lazzaro): People Fun: diversión mediante acciones de cooperación y competencia. Serious Fun: juego con propósito; recompensas tangibles y significativas en el mundo real.</p> <p>Motivadores RAMP: Relación Propósito</p>
---	--	--

3.3.4. Componentes narrativos:

La campaña se desarrollará a través de 5 etapas que utilizan distintas plataformas:

5 Décadas de la ECCC	Serie de 5 e-mails (uno por cada década de la ECCC) que se enviarán a la lista de correos de la Red Alumni de la ECCC. Cada e-mail enlazará a una galería (MyAlbum) con contenido multimedia relacionado a la década en cuestión. Este contenido también estará enlazado desde el perfil de Facebook de la Red Alumni.
Trivia-50	Publicación semanal en el perfil de Facebook de la Red Alumni. Consta de una pregunta sobre algún dato de interés sobre la ECCC y su historia. La respuesta a la pregunta se publicará en un post adicional ese mismo día.
Mi ECCC	Publicación semanal en el perfil de Facebook de Red Alumni. Fotomontaje (de 2 a 5 elementos, aprovechando las 5 reacciones posibles en Facebook) en donde se muestre como la ECCC ha cambiado a lo largo de sus 50 años. El usuario reacciona según la imagen con la que más se identifique.
TBT	Publicación semanal en el perfil de Facebook de Red Alumni, estilo <i>“Throwback Thursday”</i> . Fotografía de algún elemento relacionado a la historia de la ECCC (ej. rotafolio, cámara analógica, máquina de escribir, etc), mediante la cual se invite al público meta a compartir sus historias relacionadas, o bien crear su propio post de TBT.
Charlas	Serie de 5 videos en donde egresados que se destaquen en cada uno de los énfasis de la ECCC, conversen de forma distendida acerca de sus experiencias profesionales y compartan su visión sobre el futuro de su campo y el rol de la Escuela. Estos videos se publicarán en YouTube y se promocionarán/difundirán a través de Facebook.

3.3.5. Plataformas de difusión:

Como se indica arriba, la extensión utilizará varias plataformas para llegar a su público meta: E-mail, MyAlbum, YouTube, y el perfil de Facebook de la Red Alumni como medio principal.

3.3.6. Propuesta de participación/interactividad:

El punto 3.3.4 también esboza los mecanismos que utilizará la extensión para promover el interés y la interacción de su público.

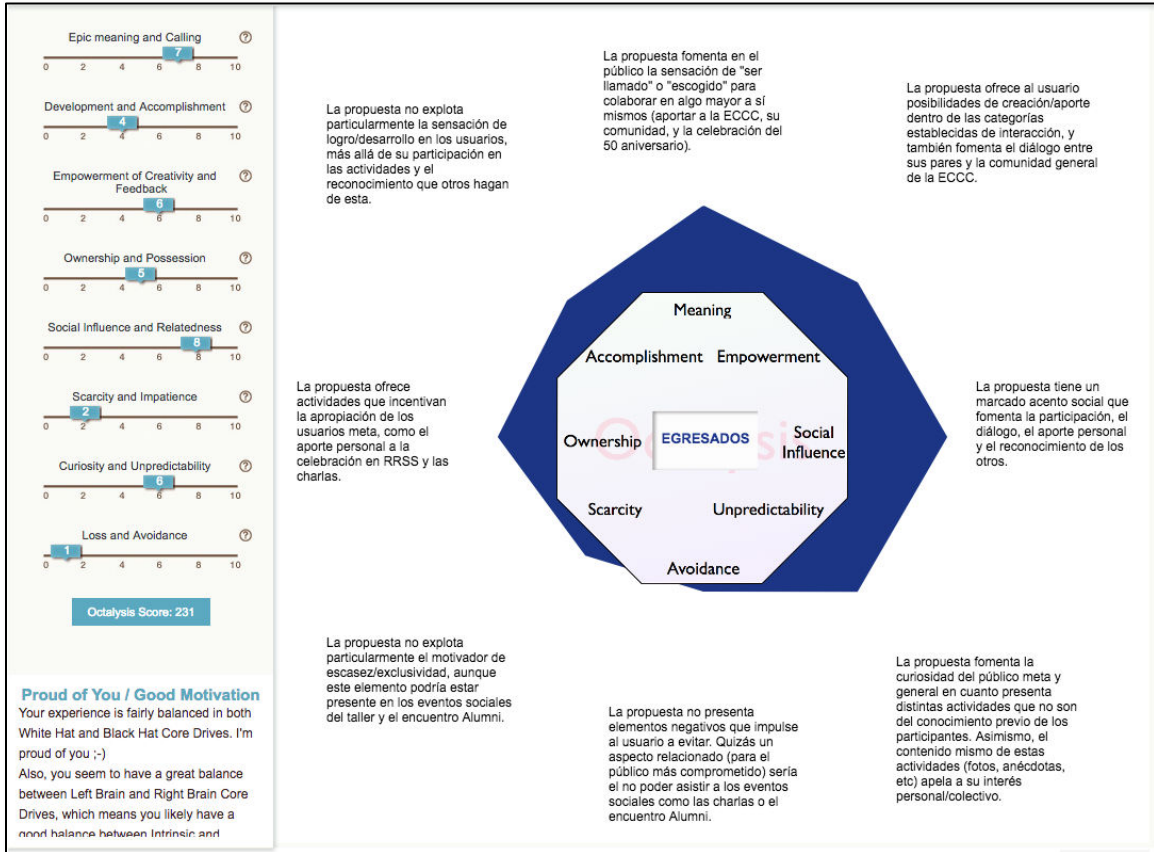
Comenzando con la primera etapa, los e-mails invitarán a los usuarios no solo a visitar la galería, sino también a compartir el contenido con su red de pares (excompañeros de generación) a través de sus redes sociales o el re- envío del correo. El objetivo de esta etapa es llegar a egresados que no forman parte de la base de contactos de la Red Alumni y motivarlos a unirse a esta comunidad en Facebook.

Las restantes etapas fomentan básicamente las mismas formas de participación: comentar, reaccionar, compartir, y contribuir con contenido relacionado propio. Con esto se pretende mantener el interés del público en la comunidad virtual a lo largo del año, y convertir esto en su participación en las actividades que se realizarán en el “mundo real”, en especial las charlas y el evento social Alumni.

3.3.7. Octalysis:

Al aplicar el [esquema de análisis](#) de Yu-Kai Chou para sistemas gamificados, se resalta lo siguiente:

Figura 8. Octalysis: propuesta para egresados (Alumni)



3.4. Público: Personal Docente

3.4.1. Objetivo de la extensión:

Visibilizar y reconocer la participación y el aporte de los docentes al quehacer de la ECCC y a la celebración de su 50 aniversario.

3.4.2. Descripción general de la propuesta:

Liga de Fantasía en la que los docentes (jugadores primarios) acumulan puntos según su desempeño en distintas categorías. Asimismo, el resto de la comunidad (jugadores secundarios) participan formando su “equipo ideal” de docentes y ganan puntos según el desempeño de estos.

3.4.3. User Persona:

Figura 9. User Persona: Personal Docente

	<p style="text-align: center;">Percepción de la ECCC</p> <p style="text-align: center;">“Es un orgullo formar parte de la ECCC”</p> <p><i>“Ser docente es una experiencia muy enriquecedora. Nos llama a estar en un proceso constante de actualización de conocimientos y habilidades para dar lo mejor de nosotros a los estudiantes.”</i></p> <p><i>“Es un orgullo ser parte de la Universidad de Costa Rica y la ECCC. Son instituciones comprometidas con la sociedad, que nos motivan y nos brindan las condiciones para aportar al cambio a través de la enseñanza, la investigación y la acción social.”</i></p> <p><i>“Me gusta el contacto con los estudiantes y trato de fomentar procesos vivenciales donde el aprendizaje sea recíproco.”</i></p> <p><i>“También hay mucho que aprender de mis compañeros docentes y los distintos proyectos que cada uno realiza. Me gustaría que tuviésemos más espacios (y más tiempo!) para compartir experiencias y fomentar la colaboración entre nosotros.”</i></p>	<p style="text-align: center;">Guías para la Extensión</p> <p>Plataformas:</p> <ul style="list-style-type: none">-Computadora de trabajo.-Interacción cara-a-cara.-Redes sociales.-Espacio físico de la ECCC. <p>Límites:</p> <ul style="list-style-type: none">-Que no sea una imposición.-Que no le ocupe mucho tiempo ni distraiga demasiado de sus labores. <p>Características Ideales:</p> <ul style="list-style-type: none">-Que sea compatible con sus intereses y obligaciones.-Que sirva un propósito mayor. <p>Tipo de Usuario (Marczewski):</p> <p>Achiever: motivados por la maestría y la auto-superación.</p> <p>Socializer: trabajo en equipo y competencia, networking, reconocimiento y status social.</p> <p>Filántropo: énfasis en el propósito de sus acciones; ayudar a otros.</p> <p>Tipo de Diversión (Lazzaro):</p> <p>People Fun: diversión mediante acciones de cooperación y competencia.</p> <p>Serious Fun: juego con propósito; recompensas tangibles y significativas en el mundo real.</p> <p>Motivadores RAMP:</p> <table border="0"><tr><td>Relación</td><td>Autonomía</td></tr><tr><td>Maestría</td><td>Propósito</td></tr></table>	Relación	Autonomía	Maestría	Propósito
Relación	Autonomía					
Maestría	Propósito					

David

Hombre (40 años, casado), trabaja tiempo completo en la UCR, en una jornada que incluye funciones de coordinación, docencia e investigación.

David se graduó de la ECCC y siente un gran aprecio por la institución y la comunidad de la que forma parte. Busca como contribuir a la Escuela desde diversos frentes compatibles con sus intereses y el desarrollo de su carrera académica. Esto, más sus responsabilidades personales, limitan a menudo su tiempo y disponibilidad para otros asuntos.

Tiene buenas relaciones personales con sus pares y la comunidad estudiantil. Le gustaría que existieran más espacios de intercambio y cooperación.

3.4.4. Componentes narrativos:

La estrategia explota los siguientes elementos narrativos:

Protagonistas	Los docentes son el público meta y los protagonistas centrales de la acción. Acceden a participar en la liga y a enfrentar una serie de retos que definirán su puntuación personal y la posibilidad de optar por un reconocimiento final. No obstante, el resto de la comunidad también participa activamente de la extensión como jugadores secundarios, armando sus equipos y acumulando puntos según el desempeño de los docentes en distintas categorías.
Tiempo & Espacio	El desarrollo de la liga se dividirá en dos partes o “rondas”, correspondientes a cada uno de los semestres del año académico. Los jugadores secundarios tendrán la oportunidad de modificar los integrantes de su equipo al inicio de cada periodo (“draft”). Los espacios de acción serán principalmente dos: el ámbito físico de la ECCC, y el ámbito virtual del sitio web de la extensión y RRSS.
Retos	<p>Los retos se agruparán en 2 categorías: <i>retos individuales</i> (ej. lograr una publicación, dar una ponencia, alcanzar una alta calificación docente, etc); y <i>retos sociales</i> (ej. asistir a eventos del aniversario, participar en actividades deportivas, cumplir con ciertas acciones en RRSS, etc).</p> <p>Aquí es muy importante recalcar que la mayor parte de los retos serán acciones que ya forman parte de las dinámicas regulares de los docentes, pues se quiere minimizar el tiempo/esfuerzo adicional que suponga su participación en la liga. Esos “retos especiales” serán entonces lo bastante sencillos (ej. Hacer una publicación en RRSS sobre algo relacionado al 50 aniversario); o bien más difíciles pero menos frecuentes (ej. organizar una actividad para su énfasis).</p>
Resolución	Cada reto tendrá un puntaje específico que los docentes -y quienes los hayan escogido dentro de sus equipos- irán acumulando conforme las completen. El objetivo para ambos tipos de jugadores es llegar a 50 puntos (o el mayor puntaje que les sea posible). Al final de la ronda, se dará un reconocimiento a quienes hayan logrado alcanzar la meta establecida.

3.4.5. Plataformas de difusión:

Esta extensión pretende utilizar la plataforma en línea [Fantasizr](#), la cual permite crear ligas de fantasía para cualquier caso que se elija y gestionar su desarrollo. También se aprovecharían las RRSS de la ECCC y de los jugadores, tanto para la promoción de la iniciativa como para la participación en retos específicos. No obstante, el principal espacio donde se desarrollará la acción será el mundo real; en este caso, la comunidad de la ECCC en el contexto de su 50 Aniversario.

3.4.6. Propuesta de participación/interactividad:

La extensión iniciará con una convocatoria dirigida a su público meta (el personal docente). Este llamado a participar deberá ser lo más atractivo posible y muy claro en su presentación de las “reglas de juego” para poder captar la mayor cantidad posible de jugadores primarios. Una vez definidos los docentes que participarán, se realizará una nueva convocatoria, esta vez dirigida a la comunidad general de la ECCC (jugadores secundarios).

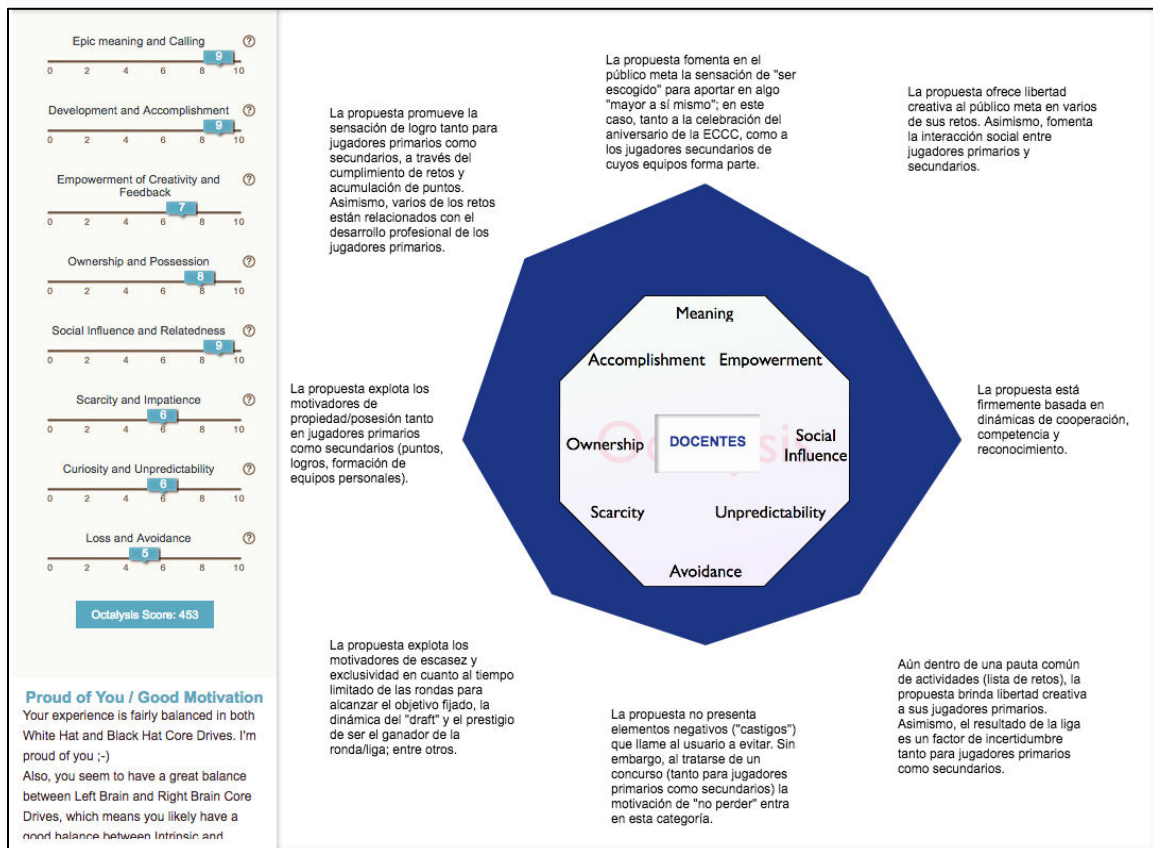
A continuación se detalla la mecánica de la liga:

- La liga consta de dos rondas: una por semestre.
- Durante cada ronda, los jugadores primarios pueden acumular puntos si completan ciertas actividades o “retos”. Esa lista de retos y su respectivo valor será publicada al inicio de cada ronda. De nuevo, será muy importante hacer ver a los jugadores primarios que la mayoría de estos “retos” forman parte de las actividades normales de su labor académica.
- Al inicio de la ronda, cada jugador secundario escoge 5 jugadores primarios para conformar su equipo, mediante una lógica de “draft”.
- Durante la ronda, los jugadores secundarios acumulan puntos según el desempeño de los integrantes que seleccionaron para su equipo.
- La meta, tanto para jugadores primarios como secundarios, es lograr 50 puntos por ronda.
- Se dará un reconocimiento (por definir) a los jugadores primarios y secundarios que alcancen el objetivo. En caso de no llegar a los 50 puntos, el premio se otorgará al puntaje más alto de los jugadores primarios y secundarios.

3.4.7. Octalysis:

Al aplicar el [esquema de análisis](#) de Yu-Kai Chou para sistemas gamificados, se resalta lo siguiente:

Figura 10. Octalysis: propuesta para personal docente



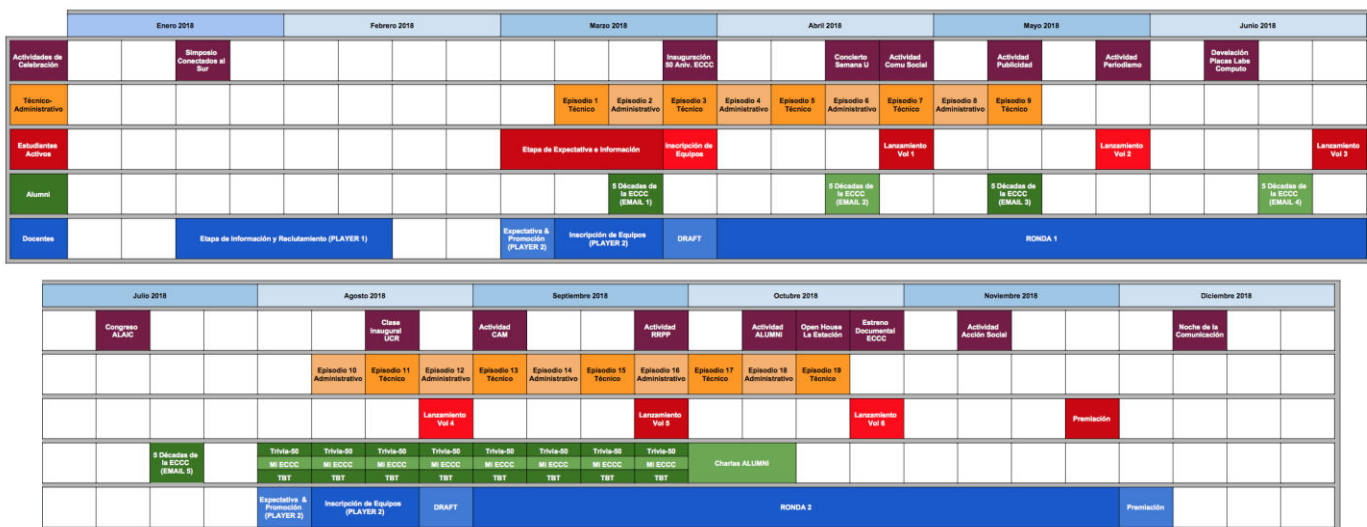
4. PROTOTIPADO

Como se expuso anteriormente, esta es una estrategia en la que la mayoría de sus contenidos serán generados por los mismos públicos a los que va dirigida, durante el transcurso del año de celebración. Como prototipo principal, entonces, se ofrece un Diagrama de Gantt que permite ver el despliegue de la estrategia en el tiempo y la coordinación entre sus 4 extensiones y los eventos de celebración en el “mundo real”. Asimismo, se presentan algunas referencias de componentes que se mencionaron en la sección 3.

4.1. Despliegue de la propuesta

El diagrama puede explorarse en detalle en el siguiente enlace al documento original en Google Drive: <http://bit.ly/2wBWCEV>. Abajo, un vistazo general:

Figura 11. Despliegue de la estrategia (vista general)



4.2. Referencias

Los siguientes son los materiales gráficos elaborados por la Agencia Estudiantil de Comunicación “La Estación”, como logos oficiales para el 50 Aniversario:

Figura 12. Logos oficiales del 50 Aniversario:



Se incluyen también mock-ups de los principales componentes de la extensión dirigida a egresados/alumni (ver 3.3):

Figura 13. Ejemplo de publicación para “5 décadas de la ECCC”:

Ver original en [MyAlbum](#)



Figura 14. Ejemplo de publicación para “Trivia-50”:



Figura 15. Ejemplo de publicación para “Mi ECCC”:



Figura 16. Ejemplo de publicación para “TBT”:



Figura 17. Ejemplo de afiche promocional para charlas de egresados:



Estas son algunas capturas de pantalla para visualizar la factibilidad de realizar la “Liga 50” en la plataforma Fantasizr, la extensión de la campaña dirigida al personal docente (ver 3.4):

Figura 18. Ejemplo de “Liga 50” en Fantasizr:

The figure consists of three screenshots from the Fantasizr platform. The top-left screenshot shows a player selection interface with a list of 18 players and 3 spots remaining. The top-right screenshot shows the same interface with 0 spots remaining and three players (Laura Morales, Kattia Pierre, and Lorna Chacón) already selected. The bottom screenshot shows the 'Management Tools' section with a 'Stats' tab active, displaying a table of statistics for all 18 players.

Management Tools

Send Invite Reminder | Invite Friends | Manage Lineups

Overview | **Stats**

Stats

Name	RETOS	EVENTOS	PUBLICACIONES	Total
Carolina Carazo	0	0	0	0
Harold Hutt	0	0	0	0
Ignacio Siles	0	0	0	0
Jorge Zeledón	0	0	0	0
Jose Fonseca	0	0	0	0
Jose Luis Arce	0	0	0	0
Kattia Pierre	0	0	0	0
Koen Voorend	0	0	0	0
Larissa Coto	0	0	0	0
Laura Morales	0	0	0	0
Lisette Marroquín	0	0	0	0
Lorna Chacón	0	0	0	0
Mariechen Wust	0	0	0	0
Patricia Vega	0	0	0	0
Vanessa Fonseca	0	0	0	0
Yanet Martínez	0	0	0	0

5. RESULTADOS Y PLAYTEST

En esta sección se presentan los resultados del análisis de la propuesta utilizando las herramientas provistas en el Máster, así como los datos que arroja la evaluación del proyecto por parte de una muestra de sus principales tipos de usuario (“playtest”).

5.1. Análisis:

A continuación, se identifican los componentes principales de la propuesta, utilizando la metodología de Ferrán Altarriba:

5.1.1. Objetivo, Resultados e Indicadores

Utilizo aquí la misma información expuesta en los apartados 1.1 y 1.2 de presentación del caso:

Figura 19. Reto, Objetivo, Resultados e Indicadores

RETO		
Llegar a una variedad de públicos diversos de la ECCC de una forma enfocada, diferenciada y lúdica, para generar su involucramiento durante la celebración de su 50 Aniversario		
Objetivo General	Resultados Esperados	Indicadores Generales
<p>Desarrollar una estrategia de Narrativa Transmedia que genere y mantenga el interés y la participación de los distintos públicos de la ECCC durante el año de celebración de su 50 aniversario (2018)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento del 50 Aniversario de la ECCC. • Conocimiento sobre la historia, los valores, los actores y la actividad de la ECCC. • Valorización del aporte de la ECCC a sus distintos ámbitos de incidencia. • Involucramiento activo de los distintos públicos en la estrategia. • Cumplimiento de expectativas de asistencia y objetivos específicos de los eventos de celebración. 	<ul style="list-style-type: none"> • Número de vistas/visitas. • Número y calidad de participación en las interacciones propias de la estrategia. • Volumen de actividad relacionada en redes sociales (likes, shares, etc) • Cobertura de medios externos a la estrategia. • Asistencia a eventos de celebración promocionados. • Valoraciones cualitativas de la estrategia y sus contenidos por parte de los usuarios.

5.1.2. Usuarios

El siguiente cuadro resume la caracterización de los públicos de la estrategia, según la investigación desarrollada para la definición de los “user personas”:

Figura 20. Análisis de usuarios

Público	Objetivo Central	Motivadores RAMP (Reiss)	Tipo de Usuario (Marczewski)
Técnico Administrativo	Ser valorado como una parte integral de la comunidad.	<p>RELACIÓN: <i>Contacto social, reconocimiento, vinculación, pertenencia, status.</i></p> <p>PROPÓSITO: <i>Aporte, altruismo, compromiso, sacrificio, responsabilidad.</i></p>	-Filántropo -Socializer
Estudiantes Activos	Desarrollar su capacidad profesional de una manera práctica, divertida e interactiva.	<p>RELACIÓN: <i>Contacto social, reconocimiento, vinculación, pertenencia, status, trabajo en equipo, competencia.</i></p> <p>AUTONOMÍA: <i>Creatividad, innovación, libertad, independencia.</i></p> <p>MAESTRÍA: <i>Habilidad, control, reto, logros, victoria, cumplimiento de objetivos.</i></p>	-Achiever -Player -Socializer
Egresados (Alumni)	Restablecer (o mantener) su vínculo con la ECCC como institución y con su grupo de pares/compañeros.	<p>RELACIÓN: <i>Contacto social, reconocimiento, vinculación, pertenencia, status.</i></p> <p>PROPÓSITO: <i>Aporte, altruismo, compromiso, identificación.</i></p>	-Socializer -Filántropo
Personal Docente	Aportar al bien de la ECCC de acuerdo a su perfil y posibilidades.	<p>RELACIÓN: <i>Contacto social, reconocimiento, vinculación, pertenencia, status, trabajo en equipo, competencia.</i></p> <p>AUTONOMÍA: <i>Creatividad, innovación, libertad, independencia, beneficio personal.</i></p> <p>MAESTRÍA: <i>Habilidad, control, reto, logros, victoria, cumplimiento de objetivos.</i></p> <p>PROPÓSITO: <i>Aporte, altruismo, compromiso, identificación, responsabilidad.</i></p>	-Achiever -Socializer -Filántropo

5.1.3. Placeres y Deseos

Los siguientes son los principales deseos y placeres a los que apela la propuesta, según los “[8 tipos de diversión](#)” de Hunicke, LeBlanc y Zubek; y las “[16 necesidades básicas](#)” de Reiss.

Figura 21. Placeres y Deseos

Tipos de Diversión (Hunicke et al.)	Argumentación
SENSACIÓN <i>El juego como experiencia sensorial</i>	<p>Aunque el ámbito principal de la propuesta es el virtual, tiene una relación directa con el mundo “real” y tangible, tanto en el desarrollo de varias de sus actividades (ej. los retos para el personal docente, el trabajo editorial de los estudiantes, las charlas de egresados, etc); como en los eventos de celebración del cincuentenario que busca promover. Esto ofrece una importante dimensión sensorial a la propuesta. Asimismo, los elementos que fomentan la nostalgia/el recuerdo (ej. la extensión dirigida a los egresados), también tienen el potencial de estimular sensorialmente al usuario desde lo virtual/mental.</p>
FANTASÍA <i>El juego como imaginación</i>	<p>Este elemento está predominantemente representado en la extensión dirigida al profesorado: una “liga de fantasía”, precisamente. Aquí se fomenta la imaginación del quehacer académico cotidiano como un “deporte de competición”, tanto por parte del público primario (los docentes) como secundario (el resto de la comunidad).</p>
NARRATIVA <i>El juego como drama e historia</i>	<p>La propuesta tiene un marcado acento narrativo: en sus cuatro extensiones, rescata y comunica la historia de la ECCC a través de múltiples medios y perspectivas, y continuamente fomenta que los usuarios compartan sus experiencias personales ligadas a la institución. Asimismo, la extensión dirigida a los estudiantes activos se inspira en la estructura narrativa clásica del “viaje del héroe”.</p>
RETO <i>El juego como carrera de obstáculos</i>	<p>Si bien la estrategia en general no se concibe como una “carrera de obstáculos”, la propuesta explota la diversión que ofrecen los desafíos en al menos tres de sus cuatro extensiones: el concurso creativo de los estudiantes, la liga de fantasía de los docentes, y la serie de retos que incluye la campaña en RRSS para los egresados.</p>
COMUNIDAD <i>El juego como red social</i>	<p>Otro de los pilares fundamentales de la propuesta es su naturaleza social: a través de sus cuatro extensiones, se promueven dinámicas de encuentro, diálogo, reconocimiento, pertenencia, trabajo en equipo y competencia sana entre los miembros de la comunidad.</p>
DESCUBRIMIENTO <i>El juego como territorio inexplorado</i>	<p>La propuesta fomenta su exploración: de hecho, su éxito depende de que cada extensión sea lo suficientemente interesante como para que sus usuarios la sigan (“exploren”) durante todo su desarrollo. También se podría argumentar que la propuesta promueve la exploración de la ECCC en sí: su historia, sus integrantes, su quehacer, etc. Un aspecto de este rubro que es importante reforzar es la exploración entre extensiones; es decir, estimular que los usuarios principales de una extensión visiten también las otras.</p>
EXPRESIÓN <i>El juego como plataforma</i>	<p>La propuesta ofrece espacios para la expresión de sus usuarios en todas sus extensiones: permite al personal técnico-administrativo compartir sus historias y perspectivas sobre la ECCC, a los estudiantes libertad creativa para desarrollar sus proyectos, a los docentes dar a conocer su labor y compromiso con la comunidad, y a los egresados compartir sus vivencias personales y aportar desde su experiencia profesional.</p>
SUMISIÓN <i>El juego como pasatiempo</i>	<p>Quizás el placer con menor presencia en la propuesta. Aunque se presentan una serie de actividades por cumplir, considero que no hay una que fomente la sumisión a un pasatiempo simple y repetitivo como al que hace alusión este placer.</p>

Figura 22. Necesidades básicas

Necesidades Básicas (Reiss)	Presencia	Argumentación
Aceptación	X	La propuesta utiliza la necesidad de ser apreciado ; en este caso por nuestros pares y la comunidad general. También busca la valorización de la ECCC como tal y su aporte a la sociedad.
Curiosidad	X	La propuesta utiliza la necesidad de aprender ; en este caso sobre la ECCC, su historia, las personas que conforman la comunidad, sus experiencias, etc.
Alimento		La propuesta no utiliza activamente la necesidad de comer .
Familia		La propuesta no utiliza activamente la necesidad de criar hijos .
Honor	X	La propuesta utiliza la necesidad de ser leal a los valores de una colectividad ; en este caso entendido como el sentimiento de pertenencia a la ECCC y la identificación con sus principios.
Idealismo	X	La propuesta utiliza la necesidad de justicia social ; en cuanto es uno de los valores fundamentales de la ECCC y que buscamos plasmar en sus manifestaciones creativas, académicas, culturales, etc.
Independencia	X	La propuesta utiliza la necesidad de autonomía ; en cuanto a que ofrece diversos espacios de libre acción individual.
Orden	X	La propuesta utiliza la necesidad de entornos estables y organizados ; en este caso ejemplificado por la estructura misma del proyecto, la planificación de su funcionamiento y desarrollo.
Actividad Física	X	La propuesta utiliza la necesidad de ejercicio ; en cuanto contempla actividades en el espacio de la ECCC que requieren del esfuerzo físico de los usuarios (ej. eventos deportivos, producción de materiales, etc).
Poder	X	La propuesta utiliza la necesidad de influir en otros ; en cuanto su objetivo central es justamente el de generar en sus usuarios sentimientos de pertenencia, identificación, orgullo e involucramiento.
Amor Romántico		La propuesta no utiliza activamente la necesidad de cortejo y sexo .
Ahorro	X	La propuesta utiliza la necesidad de acumular ; en este caso fomentando el acopio de diversos elementos: conocimiento sobre la ECCC, feedback positivos (ej. "likes", comentarios), puntos, logros, etc.
Contacto Social	X	La propuesta utiliza la necesidad de relacionarse con otros ; en este caso a través de dinámicas de diálogo, reconocimiento, trabajo en equipo, competición, (re)encuentro, etc.
Status	X	La propuesta utiliza la necesidad de ser socialmente significativo , a través de las mismas dinámicas de contacto social ya mencionadas.
Tranquilidad		La propuesta no utiliza activamente la necesidad de estar seguro y protegido .
Venganza		La propuesta no utiliza activamente la necesidad de devolver un daño sufrido .

5.1.4. Elementos de Juego

A continuación se identifican los elementos de juego presentes en cada extensión de la propuesta, según las categorías de [Víctor Manrique](#):



























Figura 23. Elementos de juego

		Extensión Tec-Admin.	Extensión Estudiantes	Extensión Egresados	Extensión Docentes
Niv. 1	Quest		X		X
	Tutorial				X
	Levels				X
	World	X	X	X	X
	Avatar				
	Lifejackets				
Niv. 2	XP's		X		X
	Progress HUDs				X
	Badges				
	Absolute Ranking		X		X
	Fixed/Variable Rewards				
	Relative Leaderboards				X
Niv. 3	Virtual Goods				
	Customization		X		X
	Equipment				
	Skills, Traits				X
	Power Ups				
	In-game currency				
Niv. 4	Special Events	X	X	X	X
	Access Item				
	Gifting				
	Random Rewards				
	Easter Eggs				
	Game constraints		X		X
Niv. 5	Social Area	X	X	X	X
	Trading System				
	Social Ranking				
	Free Lunch				
	Party/Team		X		X
	Guilds		X		X
Niv. 6	Epic challenge		X		X
	Vanity Item				
	Chat System				
	Ambassador	X	X	X	X
	Player vs Player				X
TOTAL		4	12	4	18

5.1.5. Plataformas

El siguiente cuadro muestra la forma en que cada extensión utiliza sus distintos medios y plataformas:

Figura 24. Mapa de Plataformas

Técnico-Administrativo	Contenido generado en la ECCC 	Contenido alojado en YouTube 	Contenido difundido en RRSS y el espacio físico de la ECCC  	Interacción promovida en RRSS y el espacio físico de la ECCC  		
Estudiantes Activos	Contenido generado en la ECCC 	Contenido alojado en sitio web 	Contenido difundido en RRSS 	Interacción promovida en RRSS y el espacio físico de la ECCC  		
Alumni	Contenido generado en la ECCC y RRSS  		Contenido alojado en RRSS, MyAlbum y YouTube   		Contenido difundido en E-mail y RRSS  	Interacción promovida en RRSS y el espacio físico de la ECCC  
Docentes	Contenido generado en la ECCC y RRSS  		Contenido alojado en Fantasizr 	Contenido difundido en RRSS 	Interacción promovida en RRSS y el espacio físico de la ECCC  	

5.1.6. Resumen de Octalysis

Se ofrece aquí un cuadro resumen de los Octalysis que se realizaron para cada una de las extensiones:

Figura 25. Resumen de Octalysis

Extensión	Puntaje	Diagnóstico
Tec-Admin.	217	<p><i>Buena Motivación</i></p> <p><i>Tu experiencia es bastante balanceada en los impulsores centrales de “sombbrero blanco” y “sombbrero negro”. También parece haber un buen balance entre los impulsores centrales del lado izquierdo y lado derecho del cerebro, lo que indica un buen balance entre motivación intrínseca y extrínseca. Solo recuerda ser cuidadoso, ya que una motivación extrínseca mal diseñada puede anular la motivación intrínseca.</i></p>
Estudiantes	459	
Egresados	231	
Docentes	453	

5.1.7. Principios de Narrativa Transmedia

Finalmente, se identifican los principios de la Narrativa Transmedia presentes en la propuesta, según la teoría de Jenkins expuesta en la sección 2.2.

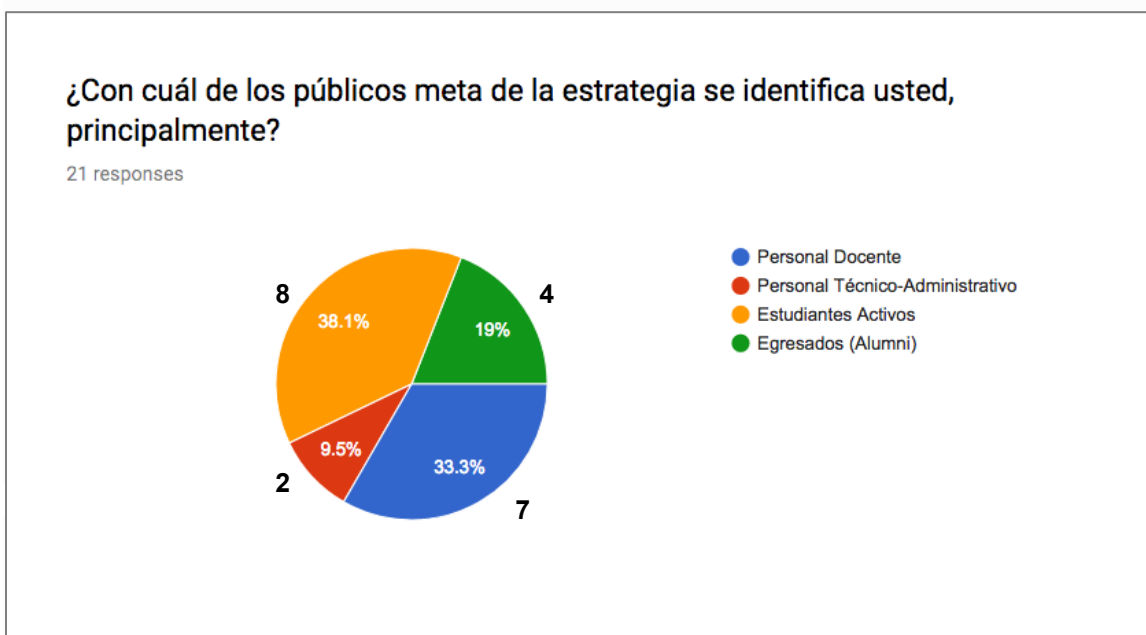
Figura 26. Principios de Narrativa Transmedia

	Extensión Tec-Admin.	Extensión Estudiantes	Extensión Egresados	Extensión Docentes
Construcción de mundo	X	X	X	X
Serialidad	X	X	X	X
Participación	X	X	X	X
Subjetividad	X	X	X	X
Propagabilidad	X	X	X	X
Perforabilidad	X	X	X	X
Inmersión	X	X	X	X
Extracción				X
Continuidad	X			
Multiplicidad		X	X	X
TOTAL	8/10	8/10	8/10	9/10

5.2. Resultados del Playtest:

A manera de “playtest”, esta propuesta se compartió con un grupo de 58 miembros de la comunidad de la ECCC, quienes representaban los 4 públicos principales del proyecto: área técnico-administrativa, área docente, estudiantes activos y egresados. Se le pidió a estas personas que estudiaran la propuesta, dando especial atención a la parte dirigida a su público, y que completaran [un breve cuestionario en línea](#) para dar su opinión al respecto. Del total de personas originalmente contactadas, 21 de ellas respondieron el cuestionario, con los siguientes resultados:

Figura 27. Distribución de las personas evaluadoras

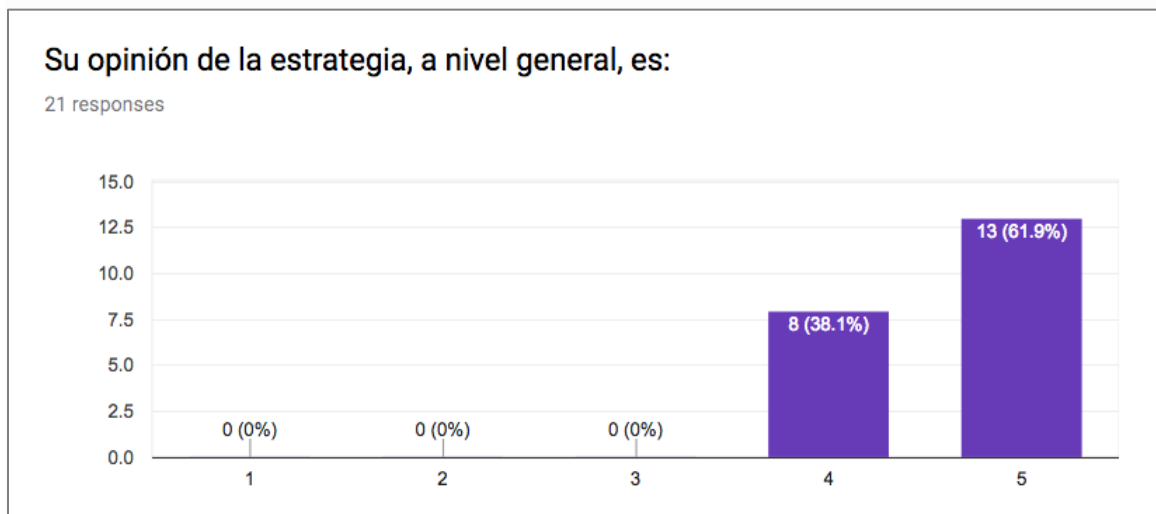


Para medir la opinión de las personas sobre la propuesta se utilizó una Escala Likert, donde cada número corresponde a un grado de valoración:

- (1) Muy desfavorable
- (2) Desfavorable
- (3) Ni desfavorable ni favorable
- (4) Favorable
- (5) Muy favorable.

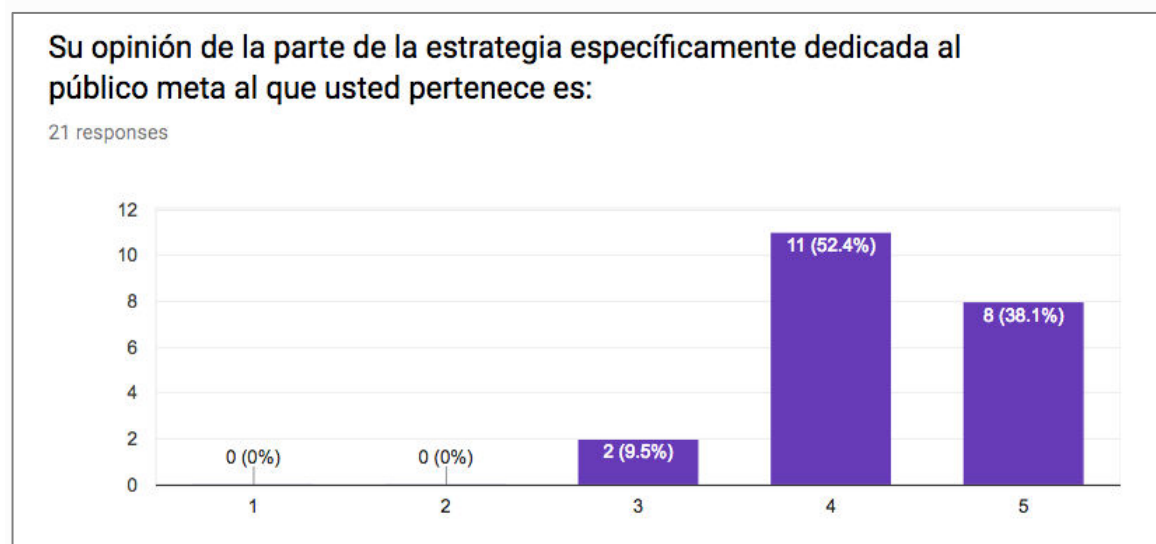
La opinión general de la propuesta resultó ser predominantemente favorable:

Figura 28. Percepción general de la propuesta



En cuanto a la opinión de los evaluadores sobre la extensión dirigida a ellos específicamente, los resultados fueron los siguientes:

Figura 29. Percepción específica de la extensión



Además, se quiso conocer la percepción de los evaluadores sobre “puntos fuertes” y “puntos débiles” de la propuesta (en general y/o específicos). Estas son sus respuestas:

Figura 30. Percepción sobre “**puntos fuertes**” de la propuesta

Público al que pertenecen	Opiniones
Tec-Admin.	<i>Se resalta la labor del personal técnico y administrativo, como factor fundamental para ejecutar los procesos internos acordes con lo establecido por la Universidad.</i>
	<i>Conocer la labor de los administrativos y técnicos.</i>
Estudiantes	<i>La estructura basada en el viaje del héroe, las distintas secciones que se ven interesantes, la motivación para los grupos.</i>
	<i>La interacción de la estrategia con el público, el hecho de que podemos estar involucrados en las distintas etapas del proceso, por ejemplo lo del concurso.</i>
	<i>Es con personas que uno conoce y han pasado por lo mismo entonces genera mucha identificación.</i>
	<i>Los aportes visuales, La visibilización de proyectos.</i>
	<i>El hecho del concurso probablemente si ayude a regar la bola y que la versión final de la revista sea elaborada por estudiantes me parece que aporta al sentido de pertenencia.</i>
	<i>La narrativa interpuesta en las 6 entregas y la interactividad la hace muy atractiva. Confía en la calidad y diversidad del estudiantado para lograrlo.</i>
	<i>Claramente, la estrategia apela a una fórmula que se ha mantenido vigente en las actividades estudiantiles: la competencia entre equipos intergeneracionales. Quizás, como la elaboración no es tan libre, me parece acertado que apele a elementos con los que una persona estudiante de la ECCC se pueda identificar: las partes básicas de la narrativa o bien, el eje emocional que implica la elaboración de la revista.</i>
Egresados	<i>Lo que más me gustó fue la iniciativa de apelar a los egresados a sentirse parte de la Escuela y crear la necesidad de compartir con excompañeros.</i>
	<i>Rescatar el factor humano.</i>
	<i>Me parece que lo más destacable es primero que suena interesante. La mayoría de propuestas que se hacen para celebrar actividades como el aniversario suelen ser aburridas y basadas completamente en contar la historia de la ECCC, en cambio esta propuesta es muy integral y me parece que si está hecha de buena forma, dedicaría tiempo a consumir cada uno de los productos. Por otro lado, también me parece que es accesible. O sea, si me daría cuenta de los productos y si me llegarían en una plataforma y momento en que podría dedicarle tiempo a ellos. Lo que recomendaría es que con los correos de las décadas, lo publiquen además en facebook porque muchos egresados cuando vemos correos de la eccc los ignoramos la mayoría del tiempo porque tienen más contenido dirigido a alumnos que a egresados. Entonces como para darnos cuenta de que el correo es sobre eso y que lo abramos y leamos.</i>
	<i>Invita a recordar la época en que fuimos estudiantes y tiene un componente de nostalgia con el que mucha gente se va a identificar.</i>

Docentes	<i>La posibilidad de seguirla sin desatender las labores en la ECCC. El trabajo en ambas vías: individual y colectivo. La posibilidad de integrar a las distintas poblaciones de la ECCC.</i>
	<i>La implicación de las y los docentes en actividades que requieran de su participación directa. El carácter lúdico y progresivo de la propuesta, su dimensión de gamificación.</i>
	<i>Considero que apela a conocer a otros compañeros y compañeras de trabajo.</i>
	<i>-Incentiva a desarrollar nuevas actividades dentro del campo de acción docente -Busca mayor integración del personal docente con la ECCC y sus actividades -Tendría beneficios directos para la población estudiantil.</i>
	<i>Que genera empatía. En la época que estamos viviendo (predominio del ego en redes sociales) es casi imposible pensar en una campaña en la que nos se involucre ni se "vea" directamente a sus protagonistas. Ellos quieren ver pero también ser visto.</i>
	<i>La oportunidad de participar colocando material</i>
	<i>La Octalysis enumera una serie de variables por medio de las cuales incentivar mi interacción como público meta me siento atraída y estimulada a jugar. A participar en el juego. Variables como Meaning, Accomplishment, Empowerment, Ownership, Social Influence, Scarcity, Unpredictable, Avoidance.</i>

Figura 31. Percepción sobre “puntos débiles” de la propuesta

Público al que pertenecen	Opiniones
Tec-Admin.	<p>No soy del área de comunicación, por lo tanto, no me quedó claro a qué se refieren los límites, las características ideales y los tipos de usuario.</p> <p>Siento que es un poco light y no proyecta la capacidad del personal.</p>
Estudiantes	<p>El tiempo de estudio y trabajo que requiere la U, puede ser un impedimento para elaborar mejores productos, o algunos grupos se verían más favorecidos dependiendo de la época en la que vaya a salir su tomo.</p> <p>Las plataformas de difusión, me parece que la utilización de afiches podría no ser tan llamativo.</p> <p>Si la persona del video no es buena comunicando, puede tornarse administrativo y aburrido.</p> <p>No solemos leer revistas digitales.</p> <p>Habría que ver de qué manera los estudiantes se motivan a concursar. Además, la revista no es de los medios más leídos por los estudiantes activos.</p> <p>Los grupos deberían de dar una propuesta de la narrativa que les gustaría implementar y que "concurseren" por el número de la entrega que realizarán. Con el fin de asegurar que en estos puntos claves de la narrativa sea un grupo que lo vaya a realizar espectacularmente.</p> <p>Si no hay un incentivo apropiado para que el estudiantado participe (que pasa por la mención del personal docente, distintas campañas de comunicación en espacios físicos y digitales, entre otras cosas), puede que sean pocas las personas que se animen a participar y la propuesta se caiga por parte de su principal necesidad: gente que participe.</p> <p>La idea de ir a un sitio web especialmente para leer una revista es débil. Creo que para difundirlos mejor se pueden segmentar y hacer microcontenidos para redes sociales, algo similar a lo que se plantea para el público de egresados. Lo ideal es buscar el medio y el formato adecuados, y creo que microcontenidos en redes sociales funcionan mejor que un longform en un sitio web.</p>
Egresados	<p>Quizás no es una debilidad de la campaña, me parece más bien el reto que se tiene de generar tal interés en los egresados para sacar tiempo y participar del proyecto.</p> <p>No sé hasta dónde Red Alumni es conocido. No los sigo en el Facebook pero a la Eccc sí.</p> <p>A primera vista no le veo puntos débiles. Sin embargo creo que uno de los podría ser débil es si durante el desarrollo de los productos se dedica demasiado al tiempo pasado y se deja de lado a los egresados más recientes como yo, a nuestras épocas, o viceversa. Porque siempre a uno le interesa más lo que se relaciona con uno. Entonces un mix donde haya cosas de mi época que llamen mi atención y me enganchen a aprender del pasado también o del futuro de la ECCC para los egresados más viejos, es indispensable.</p> <p>--No se detalló--</p>
Docentes	<p>El método de elección de jugadores primarios. Qué ocurre si 2 o más jugadores secundarios eligen a los mismos docentes? Cómo se determinaría el ganador? Hay alguna forma de bloquear a los jugadores primarios para que ningún otro jugador secundario pueda seleccionarlos también?</p>

Docentes	<i>Mucho de la calidad de la estrategia corresponde al interés potencial de su dimensión narrativa. Cuáles serán las historias, los retos y desafíos. Qué elementos identitarios colectivos serán propuestos. Aún no se tiene clara tal dimensión en la propuesta; es decir, se ha determinado la forma pero no el contenido.</i>
	<i>Me parece que el concurso podría apelar más a habilidades carismáticas que a resultados de trabajo reales elaborados por los docentes. También podrías ser injusto poner a concursar profes que llevan más tiempo en la ECCC contra otros que apenas comienzan.</i>
	<i>-Centrada en la competencia, me parece que la labor docente no debe estar motivada por la competencia entre colegas. Podrán pensarse en dinámicas más de cooperación.</i>
	<i>El trabajo de curaduría que hay que hacer para no dejar a nadie "por fuera" y así no herir susceptibilidades. La gente de la ECCC es muy delicada y tiene muchos problemas de ego.</i>
	<i>Se asume que todas las personas poseen el mismo nivel de alfabetización mediática.</i>
	<i>La consideración acerca del tiempo con el cual contaríamos para jugar y/o participar.</i>

Finalmente, se solicitó a las personas evaluadoras que externaran cualquier comentario adicional que consideraran relevante para el mejoramiento de la propuesta (opcional):

Figura 32. Comentarios adicionales

Público al que pertenecen	Comentarios
Tec-Admin.	<i>Se debe realzar la importancia del personal técnico y administrativo y darle la importancia que merecen dentro de la ECCC ya que por ellos la Escuela subsiste y sobrevive gracias a su ardua labor de buscar siempre el mejoramiento de la escuela para la mejora tecnológica y administrativa que día a día avanza a pasos agigantados.</i>
Estudiantes	<i>En general está muy bien, quizás asegurarse de que haya una campaña de expectativa para que los estudiantes se vayan enterando de la propuesta.</i>
	<i>Me parece una propuesta muy refrescante, novedosa y me encantaría que se pudiera llevar a cabo.</i>
	<i>Dejar los formalismos, que todo sea pura vivencia, sin recortar los verdaderos sentimientos de las personas en cuanto a qué ha significado realmente la ECCC para ellos.</i>
	<i>Es importante coordinar con la UNICOMU la publicación de los distintos materiales que tienen que ver con la revista. De no ser así, podría haber algún atraso o error en los procesos que hagan perder el interés de las personas.</i>
	<i>Creo que la celebración es una ocasión especial que se presta para compartir experiencias, historias e impresiones. Esa característica debe verse reflejada en las diferentes estrategias para cada público. Para todas las estrategias hay que potenciar esa parte de "socialización". Por lo demás, muy chiva :D</i>
Egresados	<i>Siempre con estas cosas, la brevedad es ley. Entre más concisos, interesantes y breves sean los mensajes mejor, porque especialmente en el caso de los egresados, nuestra relación con la ECCC aunque le guardamos cariño, no es la prioridad puesto que tenemos poco tiempo para invertir en ella y no queremos dedicar todo el poco tiempo de ocio que tenemos a consumir productos sobre el aniversario de la escuela. Entonces, mensajes cortitos, productos pequeños pero interesantes, de fijo llaman la atención más que otros largos que solo ignoremos de una vez porque no hay tiempo para consumirlos.</i>
Docentes	<i>Una vez conformados los equipos y durante los retos, se puede jugar con una campaña que genere expectativa tanto a los públicos meta como a la población en general de la Facultad de Ciencias Sociales. Esto para darle mayor difusión y trascienda a la ECCC.</i>
	<i>Excelente trabajo Jose; gracias por implicarnos.</i>
	<i>La liga de la fantasía resulta muy interesante para otros públicos, pero no estoy seguro de qué tan interesante sea para los mismos docentes ya que los pone a competir entre ellos. En lo personal trataría de plantear otra dinámica que no signifique competencia entre personas, si no conocimiento de las características únicas de cada docente, sus conocimientos y aportes sin necesidad de comparación o concurso entre ellos.</i>
	<i>Excelente propuesta. Creo que hay que incentivar especialmente la parte de ex alumnos ya que son quienes pueden tener más vínculo emocional con el aniversario (para los actuales será una casualidad que coincida durante su paso). Además que ya en otro lugar, con otro edificio y años de diferencia, actividades como esta les permite acercarse y reconectar con la U.</i>

Docentes	<i>Muchas gracias por este aporte tan importante para la ECCC y muchos éxitos.</i>
	<i>Los felicito por tan excelente propuesta.</i>
	<i>La Premisa de trabajo se convierte en la propuesta del proyecto, en el mensaje central del aniversario: 50 años de la ECCC. Es también el mensaje central de la Tesis: la ECCC cambia. Eso me parece muy destacable de la propuesta conceptual, sobresale que sea el mensaje que da unidad a su proyecto. Y en cuanto a la estrategia en si, destaco su visión de generar el contenido de la misma vía interactividad de la audiencia, del público meta. Cuando dice: una estrategia en la que la mayoría de sus contenidos serán generados por sus propios públicos meta. Otro aspecto a destacar, me parece, es la propuesta en el Diagrama de Gantt. La estructura por episodios y los tiempos de los players llama particularmente mi atención. Es una buena táctica, para inducir al público meta en las bondades y los aspectos lúdicos aun por explorar y sobre todo por explotar en nuestro medio de la Narrativa teoría y práctica (Interactiva, storytelling).</i>

6. CONCLUSIONES

De lo expuesto anteriormente, se extraen las siguientes conclusiones sobre el trabajo realizado hasta el momento:

- **A nivel general, se logra concretar la dimensión transmedia de la propuesta.**
La estrategia distribuye sus componentes a través de múltiples extensiones y plataformas para ofrecer una *experiencia diferenciada* a sus distintos públicos, pero que se trata a la vez de un *esfuerzo coordinado y unificado* a partir de su tema, mensaje y objetivo central. Asimismo, la propuesta cumple con la mayoría de los principios de la Narrativa Transmedia expuestos por Jenkins: sus elementos cooperan para generar una percepción integral del mundo en cuestión (*construcción de mundo*); narra múltiples historias sobre ese mundo y desde distintas posiciones personales (*serialidad y subjetividad*); fomenta constantemente la actividad de los usuarios (*participación*); permite la libertad creativa y de expresión (*continuidad y multiplicidad*); y busca con todo esto fomentar el involucramiento afectivo de los usuarios en la representación del mundo de la ECCC (*inmersión*).
- **La propuesta utiliza varias plataformas, pero pertenecen a un único medio.**
La estrategia usa diversas herramientas web para la generación, el alojamiento y la difusión de contenidos, pero esto hace que se centralice en un único medio: internet. Otros medios tradicionales como *la radio, la televisión y la prensa* no están siendo explotados. La dimensión transmedia de la propuesta se podría *complementar* con la incorporación de estas otras plataformas mediáticas, sobre todo pensando en llegar a públicos externos de interés para la ECCC que no se incluyen en este primer avance (ej. comunidad universitaria nacional, instituciones vinculadas a la ECCC, opinión pública, etc).
- **A nivel general, se logra concretar la dimensión gamificada de la propuesta.**
La estrategia aplica una serie de dinámicas lúdicas a un contexto/propósito no-lúdico, como es la valorización de una “marca organizacional” y el involucramiento de sus públicos. Hace esto identificando características de los usuarios a las que se pueda apelar mediante motivadores de *relación, autonomía, maestría y propósito*; fomentando diferentes *tipos de diversión*; e incorporando diversos *elementos y mecánicas de juego* a sus extensiones. El resultado -en principio- es una experiencia que muestra un *balance entre impulsores extrínsecos e intrínsecos* de comportamiento.
- **No todas las extensiones cuentan con el mismo nivel de gamificación.**
Resulta claro que hay partes de la estrategia más gamificadas que otras. Las extensiones dirigidas a los estudiantes activos y el personal docente son las más completas en ese sentido, pues presentan la mayor cantidad de elementos de juego, articulados en dinámicas de competición y colaboración. Se podría argumentar que no todas las extensiones de una estrategia transmedia tienen por que estar gamificadas en igual medida, pero es un aspecto de la propuesta que quizás se podría fortalecer más en las extensiones dirigidas a los egresados y el personal técnico-administrativo.

- **La propuesta es coherente con los objetivos clave que se plantea.** Las distintas partes de la estrategia, así como la propuesta en su conjunto, se mantienen en línea con sus objetivos centrales. A través de una apelación emocional a sus públicos, se fomenta el reconocimiento de la ECCC como institución, comunidad y experiencia individual; y se promueve la participación activa en la celebración de su 50 aniversario.
- **La división de públicos puede ir en contra del sentido de comunidad que se quiere fomentar.** Aunque la propuesta busca apelar de forma diferenciada a sus distintos públicos (donde cada extensión se desarrolla para un grupo particular de usuarios y sus características), en la práctica esto podría llevar a un enfoque excesivo que “aisle” a cada grupo dentro de su extensión. Si bien la propuesta detalla las maneras en que se fomenta la interacción de los públicos con el resto de la comunidad, sería conveniente que se refuerce esa dinámica; se piense en posibles “puntos de enlace” entre las extensiones; y/o se incluya alguna actividad/extensión adicional donde los cuatro públicos tengan la posibilidad de interactuar de manera más activa y estructurada.
- **La propuesta cuenta con un buen recibimiento por parte de sus públicos.** La fase de valoración sugiere que, en principio, tanto la propuesta general como las ideas específicas presentadas en este trabajo cuentan con una valoración positiva de sus públicos principales. El proyecto se percibe como interesante e innovador, y se destaca su carácter integral, lúdico, interactivo y social.
- **La implementación de la propuesta requiere un mayor grado de discusión y definición.** Como demuestran los comentarios de la valoración, aún hay varios aspectos de la propuesta que deben discutirse más a profundidad para definir si es conveniente llevarlos a cabo, hacer cambios/mejoras, o descartarlos. Esta revisión conceptual y la definición de las partes de la estrategia que se realizarán, debe darse lo antes posible para iniciar a su vez la fase de coordinación con las diferentes personas y unidades colaboradoras que apoyarían en su ejecución.

7. LÍNEAS A FUTURO

Finalmente, se detallan las tareas más urgentes de realizar a partir de este punto:

- Revisar la propuesta a la luz de las conclusiones extraídas y los comentarios recibidos durante la fase de evaluación para determinar los cambios a realizar, o al menos **versiones alternativas** de las extensiones que puedan ser presentadas y discutidas con la Comisión del 50 Aniversario para tomar una decisión final/consensuada. Se destacan los siguientes puntos a considerar:
 - (i) Fortalecer la extensión dirigida al personal técnico-administrativo con más elementos interactivos y de gamificación.
 - (ii) Definir una alternativa al formato de “revista digital” que se propone en la extensión dirigida a estudiantes activos; así como la depuración de la mecánica del concurso y sus motivadores extrínsecos.
 - (iii) Definir una alternativa al formato de “liga de fantasía” que se propone en la extensión dirigida al personal docente, en la que se promueva más la *cooperación/colaboración* entre colegas por encima de la competencia.
 - (iv) Complementar la propuesta con una actividad/extensión adicional que integre a los cuatro públicos principales de la estrategia.
- Presentar y discutir la propuesta revisada a la Comisión del 50 Aniversario para determinar los componentes a realizar, e identificar los individuos/espacios de la ECCC que puedan apoyar en su implementación (por ejemplo, cursos que por su temática u objetivos de formación, les pueda interesar el desarrollo/supervisión de alguno de los componentes de la estrategia).
- Coordinar con estos colaboradores para definir las tareas y procesos concretos por cumplir.

8. REFERENCIAS

Según orden de mención en el trabajo:

- Sitio web oficial de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva: <http://eccc.ucr.ac.cr/>
- Sitio web 50 Aniversario Universidad de Bath, Reino Unido: <http://50years.bath.ac.uk/about/>
- Sitio web 50 Aniversario Escuela de Caminos, Universidad de Cantabria, España: <https://www.50aniversariocaminos.unican.es/>
- Sitio web 50 Aniversario Escuela de Arquitectura, Universidad de Navarra, España: <http://www.unav.edu/web/50arquitectura>
- Stam, R., Burgoyne, R., Flitterman-Lewis, S. (1992). *New Vocabularies in Film Semiotics: Structuralism, Post-structuralism and beyond*. London: Routledge.
- Herman, D. (2009) *Basic Elements of Narrative*. Oxford: Wiley-Blackwell Publishing.
- *Campus virtual del Máster en Gamificación y Narrativa Transmedia, IEBS, España:* <http://cv2.iebschool.com/my/>
- Sitio web oficial de Henry Jenkins: *Confessions of an ACA-Fan. Transmedia Education: the 7 Principles Revisited* (Junio 21, 2010): http://henryjenkins.org/blog/2010/06/transmedia_education_the_7_pri.html
- Scolari, C.A. (2013) *Narrativas Transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.
- Ryan, M.L. (2015) *Transmedia Storytelling: Industry Buzzword or new Narrative Experience? StoryWorlds: A Journal of Narrative Studies*. Vol 7, No. 2, 2015. pp 1-19.
- Sitio web oficial de Andrzej Marczewski: *Gamified UK. The Intrinsic Motivation RAMP* (2013) <https://www.gamified.uk/gamification-framework/the-intrinsic-motivation-ramp/>
- Deterding, S. et al. (2011) *From Game Design Elements to Gamefulness: Defining "Gamification"*. *MindTrek' 11 Proceedings*. ACM Nueva York. Pp 9-15.
- Schell, J. (2008) *The Art of Game Design: a book of lenses*. EEUU: Morgan Kauffman Publishers.
- Sitio web oficial de Ferrán Altarriba. *Game Design Board* (2014) <http://www.ferranaltarriba.com/>
- Hekkert, P. (2006) *Design aesthetics: principles of pleasure in design*. *Psychology Science*, Vol. 48, 2006 (2) p. 157-172 <https://core.ac.uk/download/pdf/25818945.pdf>
- Sitio web oficial de Nicole Lazzaro. *4 Keys 2 Fun* (2012). <http://www.nicolelazzaro.com/the4-keys-to-fun/>
- Sitio web oficial de Andrzej Marczewski: *Gamified UK. A Player Type Framework for Gamification Design* (2015) <https://www.gamified.uk/user-types/>

- Sitio web oficial de Yu-Kai Chou: Octalysis –complete Gamification Framework (2015)
<http://yukaichou.com/gamification-examples/octalysis-complete-gamification-framework/>
- Campbell, J. (1972) *El heroe de las mil caras: psicoanálisis del mito*. México: Fondo de Cultura Económica
- Perfil oficial de la ECCC en Facebook: <https://www.facebook.com/eccc.ucr/>
- Perfil de la Asociación de Estudiantes de Comunicación UCR en Facebook: <https://www.facebook.com/AsociaComu/>
- Perfil de Alumni ECCC en Facebook: <https://www.facebook.com/AlumniECCC/>
- Sitio web de MyAlbum: <https://myalbum.com/>
- Sitio web de Fantasizr: <http://www.fantasizr.com/>
- Prototipo de despliegue de la estrategia transmedia:
https://docs.google.com/spreadsheets/d/1VO2BkCt_kFbu6wFDZyY1pzLJBRPHEMt8iOvBrG_XYPsl/edit?usp=sharing
- Perfil de Agencia La Estación en Facebook:
<https://www.facebook.com/pg/laestacionagencia/about/>
- 8 Kinds of Fun <https://www.scirra.com/tutorials/434/game-design-8-kinds-of-fun> Tomado de: MDA: A Formal Approach to Game Design and Game Research (2004) de Hunicke, Le Blanc y Zubeck. <http://capital.osd.wednet.edu/media/capital/staff/educ/schedules/MDA.pdf>
- 16 Basic Desires Theory: <https://explorable.com/16-basic-desires-theory> Tomado de: Multifaceted Nature of Intrinsic Motivation: The Theory of 16 Basic Desires (2004) de Steven Reiss. <http://www.idspublishing.com/resources/Multifaceted-nature-of-intrinsic-motivation.pdf>
- Sitio web oficial de Victor Manrique: Epic Win Blog. The 35 Gamification Mechanics Toolkit.
<http://www.epicwinblog.net/p/the-35-gamification-mechanics-toolkit.html>
- Cuestionario de evaluación de la propuesta:
<https://docs.google.com/forms/d/11oXeqOyQ8s1VFpMSPHTrkThkqMVQbaFuDTuFqGc2W1c/edit?usp=sharing>