

Aplicación de la narrativa transmedia en la enseñanza universitaria en España: Aprendizaje colaborativo, multiplataforma y multiformato

Miguel Ángel Ossorio Vega, Universidad Complutense de Madrid, España

Resumen: Partiendo de la utilidad que ha demostrado la narrativa transmedia para la producción y distribución de mensajes enfocados al entretenimiento y el ámbito cultural, y teniendo en cuenta su posible aplicación al ámbito informativo y periodístico, este trabajo analiza la posibilidad de utilizar las normas y comportamientos del entorno transmedia en el ámbito de la enseñanza universitaria. Actualmente existen plataformas de aprendizaje colaborativo, entornos digitales que complementan las clases presenciales en la universidad y herramientas para la realización de cursos, entre otras posibilidades. No hay barreras físicas, lingüísticas o temporales, y tampoco es necesario pertenecer a una universidad para poder hacer un curso. Todo ello se consigue gracias a la conjunción de plataformas y formatos multimedia que permiten el desarrollo de temarios y lecciones. Se ha analizado el caso español: cómo las principales universidades, tanto públicas como privadas, amplían las clases presenciales con contenidos en Internet, y cómo abren esas mismas plataformas digitales a terceros, sean o no alumnos, para ofrecer cursos y seminarios de forma gratuita o de pago, en un entorno colaborativo que requiere la implicación de alumnos y profesores en la tarea de enseñar y aprender, muchas veces intercambiando los papeles.

Palabras clave: transmedia, narrativa, universidad, educación.

Abstract: Transmedia Storytelling has demonstrated being useful in production and broadcasting of entertainment and cultural messages, but it is also useful in journalism. So, this article want to analyse the possibility of using the rules of transmedia storytelling in the educational world, specially in universities. Nowadays there are some platforms of collaborative learning, that are used as a complement of the traditional lectures. By platforms and multimedia formats, people can study or enroll to courses, and is not needed to make part of a university, because there is not any geographical or temporal limit. In this article, it is analysed the Spanish case: how the universities, either public or private ones, are enlarging their lectures with contents on the Net, and how these universities are also opening their platforms to other people in order to offer free courses, everything in a collaborative landscape in which the roles of the teacher and the student are sometimes interchangeable.

Keywords: Transmedia, Storytelling, University, Education

Introducción

El concepto de transmedia se ha utilizado para definir el proceso de transmisión de productos de ficción y entretenimiento a través de distintas plataformas utilizando una variedad de formatos. Al tratarse de un concepto aplicable a otras áreas de la comunicación, muchos investigadores han buscado la forma de aplicarlo al periodismo, incidiendo en la posibilidad real de hacerlo y en las ventajas que supondría. Pero transmedia, al requerir la implicación del receptor de esos mensajes, no puede considerarse un proceso de comunicación unidireccional, sino que su ámbito es bastante más amplio y complejo, y se explica en este trabajo.

Tratando de analizar otra posibilidad para este concepto surge una pregunta: si la narrativa transmedia se aplica en productos de ficción y en productos informativos, ¿es posible su aplicación en el ámbito de la enseñanza? Si se considera que la enseñanza se basa en la transmisión de conocimientos a través de varias vías, como la explicación oral del profesor en el aula, el libro de texto, los apuntes y esquemas que se intercambian los estudiantes de distintos años, así como la información adicional que se encuentra en Internet (en distintos formatos), dichas prácticas de difusión de un mensaje a través de distintas plataformas o formatos podrían corresponderse con las características de los productos transmedia. Si se analizan las nuevas tecnologías aplicadas a la educación universitaria, el caso concreto que estudia este trabajo, se observa que actualmente existen plataformas de aprendizaje colaborativo, entornos digitales que complementan las clases presenciales en la universidad y



herramientas para la realización de cursos, entre otras posibilidades, donde las barreras físicas, lingüísticas o temporales parecen superadas, y donde tampoco es necesario pertenecer a una universidad concreta para poder participar un curso. Todo ello se consigue gracias a la conjunción de plataformas y formatos multimedia que permiten el desarrollo de temarios y lecciones. No obstante, es importante delimitar correctamente dos campos: una cosa son los recursos que proporciona un profesor a sus alumnos a través de varias plataformas y otra muy distinta un curso específicamente creado para su impartición en la Red.

El trabajo seguirá una estructura secuencial: se parte de la explicación teórica de qué es narrativa transmedia, en qué consiste, cómo funciona y para qué sirve. Una vez sentadas las bases, se tratará de llegar al análisis de algunos productos educativos existentes en la actualidad que, en principio, podrían parecer transmedia en base a sus características y comportamiento. El análisis tratará de relacionar los recursos observados en esos productos educativos con lo que anteriormente se haya visto en productos de ficción e información, lo cual deberá dar como conclusión la posibilidad o no de aplicar la narrativa transmedia en el ámbito educativo universitario, en este caso, o si lo que se observa no es más que la utilización de diversos recursos, pero sin una clara intención de crear un producto transmedia, donde la planificación previa de la estrategia de comunicación es una característica esencial.

Para obtener conclusiones que permitan pensar en un uso actual de la narrativa transmedia en el ámbito universitario español, así como la posibilidad de aplicarlo o seguir aplicándolo en el futuro, se han analizado plataformas de aprendizaje online y se ha contactado con profesores de universidad que combinan la enseñanza tradicional en las aulas con la enseñanza a través de formatos de difusión online. Su testimonio es esencial a la hora de determinar si están enseñando a sus alumnos utilizando la narrativa transmedia o si, por el contrario, simplemente utilizan las nuevas tecnologías en su quehacer profesional, pero sin una planificación voluntaria para convertirlo en transmedia.

Objeto de estudio

Narrativa Transmedia: qué es, cómo funciona y para qué sirve

La narrativa transmedia se define como:

Aquella forma de producir contenidos que construye un relato global a través de relatos independientes en diferentes formatos, y cuya convergencia aporta una historia única que se complementa con las historias y características de cada una de las partes que forman el todo. En ella, el público deja de ser un ente pasivo y pasa a interactuar combinando los distintos medios que tiene a su alcance para crear a su manera el discurso y obtener la información que reclama, así como para intercambiar con otros usuarios o consumidores datos, consejos y experiencias basadas en la historia central y en las historias parciales.¹

Es un sistema de transmisión de contenidos e información que utiliza los distintos recursos existentes en la actualidad (formatos, plataformas, herramientas, aplicaciones...) para enriquecer los mensajes, involucrar al receptor y potenciar los efectos propios de la comunicación entre dos o más partes.

La narrativa transmedia es una técnica de elaboración de mensajes, una estrategia de comunicación multiplataforma y multiformato que involucra necesariamente una diversidad de elementos para confeccionar los mensajes que se quieren transmitir. Como explica Carlos Alberto Scolari (2009), “la narrativa transmedia no es solo la adaptación de un medio a otro”, sino que disecciona el mensaje en pequeños mensajes independientes, cada uno de los cuales será distribuido después con un formato concreto y en una serie de plataformas concretas con la intención de que sea el receptor quien esta-

¹ Definición dada por el Autor en “Posibilidades de la Narrativa Transmedia aplicada al Periodismo”, comunicación presentada en el III Congreso Internacional Comunicación 3.0, organizado por la Universidad de Salamanca (España) en el mes de octubre de 2012. Se puede consultar el texto completo en el Libro de Actas de dicho Congreso, disponible en: <<http://comunicacion3punto0.files.wordpress.com/2013/06/comunicacion3punto0libroactas2012.pdf>> (Consultado el 26 de septiembre de 2013).

blezca qué mensajes consumirá para comprender la idea transmitida. Se pretende que cada formato y cada plataforma (cada mensaje independiente) aporte mayor información sobre la idea global, de manera que aquellos usuarios que decidan recurrir a más de un formato y a más de una plataforma (más de un mensaje) obtengan mayor cantidad de información que aquellos otros que sólo desean participar con una, en un modelo piramidal en el que el usuario que se involucre más y consuma más mensajes obtendrá más información y más detalles que aquellos que se involucren menos. No deben existir lagunas en la información transmitida: cada mensaje independiente debe aportar la suficiente cantidad de información sobre la idea global como para que aquellos que sólo decidieran consumir uno de ellos quedasen enterados de la esencia que se pretende transmitir, aunque con menor profundidad que los receptores más involucrados. De lo contrario no se puede hablar de un sistema transmedia en sí, puesto que esta técnica busca aumentar la información partiendo de una base con unos datos básicos y mínimos que todo formato y plataforma debe proporcionar y respetar.

Los principales elementos que configuran la narrativa transmedia son:

- Existencia de un mensaje o historia global (conocido como “mundo” en el caso de los productos de ficción).
- Existencia y convergencia de relatos independientes que versan sobre esa misma historia global, y de la que muestran pequeñas parcelas básicas, pero diferentes.
- Utilización de diversas plataformas mediáticas, dispositivos y lenguajes para distribuir en cada uno de ellos uno de los relatos independientes, y los cuales convergen entre sí para articular la historia o mensaje global.
- Actitud activa del público, que analiza y selecciona las plataformas que utilizará para obtener las parcelas de la historia global que le harán conocer el mensaje que se transmite. Dicha actitud también se traduce en una retroalimentación a esos mensajes y una relación con otros usuarios que están consumiendo esa información.
- Emisor que recopila datos del público para configurar productos en base a sus necesidades, deseos e inquietudes y facilitar la transmisión de mensajes bajo la óptica de ofrecer lo que el público demanda.²

La Narrativa Transmedia en ficción e información

Las primeras anotaciones teóricas sobre narrativa transmedia parten del profesor e investigador estadounidense Henry Jenkins, quien analiza cómo una serie de productos de ficción de los últimos años recurren al uso de diversas plataformas para distribuir el mensaje, la historia. Estudia casos como “Star Wars” o “Matrix”, productos de ficción concebidos originalmente como películas que traspasan la gran pantalla para convertirse en libros, cómics o videojuegos que complementan las historias narradas en las propias películas. Junto a él, autores como Carlos Alberto Scolari o profesionales como Robert Pratten han analizado estas técnicas de difusión de mensajes en entornos que coordinan formatos y plataformas, como el periodismo y la publicidad, respectivamente.

En este sentido, para Jenkins la narrativa transmedia consiste en “*extender la historia en nuevos espacios*”.³ O, de un modo más complejo, “Transmedia storytelling represents a process where integral elements of a fiction get dispersed systematically across multiple delivery channels for the purpose of creating a unified and coordinated entertainment experience. Ideally, each medium makes its own unique contribution to the unfolding of the story”⁴.

La narrativa transmedia podría aplicarse, en tanto que teoría y usos sobre comunicación, al ámbito de la información, la publicidad o, como analiza este trabajo, a la educación. Para ello sólo sería necesario aplicar las principales técnicas de desarrollo transmedia a cualesquiera procesos comunicativos, siendo el contenido de éstos lo menos importante. Se podría decir que la narrativa transmedia

² *Ibid.* Cita 1.

³ Henry Jenkins en entrevista personal con el autor (Madrid, mayo de 2012). Aquí se cita de la fuente referenciada en la Cita 1.

⁴ “La narrativa transmedia representa un proceso donde los elementos integrantes de una ficción son dispersados sistemáticamente a través de múltiples canales de entrega con el objetivo de crear una experiencia de entretenimiento unificada y coordinada. Cada medio hace una contribución única al desarrollo de la historia.” (Traducción del autor).

trasciende al contenido, por cuanto lo esencial sería aplicar correctamente sus técnicas de configuración, distribución y gestión de mensajes. El contenido pasaría a un segundo plano, ya que mientras se trate de un mensaje que pueda ser diseccionado y repartido en varios paquetes de menor tamaño, el concepto transmedia será una realidad. Casi cualquier mensaje, por pequeño en contenido que sea, es candidato a ser diseccionado en mensajes de menor tamaño que, juntos, devuelvan al mensaje original.

Uso de las TIC en el mundo educativo

Dos han sido, al margen de consideraciones históricas, los formatos utilizados tradicionalmente para educar a nivel académico: la palabra y los textos. La palabra como difusión oral de conocimientos por parte del profesor, y el texto como difusión escrita de conocimientos a través de los libros. Combinando ambos elementos, los alumnos elaboraban y comprendían un mensaje global, basado en los conocimientos transmitidos: la lección o temario que debían aprender. De hecho, todos aquellos materiales complementarios que tradicionalmente se han utilizado para estudiar (enciclopedias, una explicación en casa por parte de algún adulto, los apuntes de un compañero de clase...) se basan casi exclusivamente en estos dos formatos. No obstante, hace casi tres décadas, con la llegada a los hogares del vídeo doméstico, muchos materiales complementarios se distribuían ya con este formato, lo que se unió al uso de soportes de grabación y reproducción de sonido (casetes, el posterior CD, etc.). Supuso una revolución, pero el verdadero cambio ha llegado con Internet, donde se ha multiplicado todo lo existente y se han creado nuevas realidades. Internet se ha convertido en un “gran autoservicio” (Montero Pascual, Ruiz Dávila y Díaz Tejero, 2010: 15) de información para los alumnos, y en muchos casos también para los docentes y los padres de esos alumnos, especialmente en las etapas escolares. Al contrario que en el caso tradicional, donde toda la información que se proporcionaba a los alumnos estaba verificada y controlada por los profesores, en el caso de la Red no sucede así:

En el centro educativo, en cualquier institución escolar, los alumnos aprenden aquello que el docente selecciona del libro según el orden que considera más oportuno, mientras que fuera de la institución escolar los estudiantes buscan en Internet aquello que desean aprender, leen lo que unos y otros dicen en foros de discusión, buscan tutoriales y eligen el capítulo o sección que más le interesa, sin la obligación de seguir un orden establecido. (Montero Pascual, Ruiz Dávila y Díaz Tejero, 2010:16).

Los expertos en pedagogía coinciden en la necesidad de despertar el espíritu crítico de los alumnos (especialmente en la etapa escolar, momento en el que comenzarán a utilizar las nuevas tecnologías para aprender) para que sepan cribar la información obtenida en la Red, contrastarla y elaborar un mensaje personalizado en base a datos reales. Así lo apuntan Cebrián de la Serna y Gallego Arrufat (2011: 81) al decir que “la enseñanza y aprendizaje con los medios y las tecnologías de la información y la comunicación deben fundamentarse en una metodología de investigación y construcción del conocimiento que alterne ejercicios de lectura crítica de los medios con actividades de producción y expresión personal”. Es esencial que el alumno se involucre directamente en la búsqueda del mensaje, utilizando para ello los canales y formatos existentes, para configurar su propio camino de llegada al conocimiento de lo que se le está transmitiendo. Es un receptor activo que necesariamente debe establecer su hoja de ruta para comprender los mensajes transmitidos, frente al alumno pasivo tradicional al que se le entregaba todo ya preparado y sólo se le hacía memorizar la información y contarla posteriormente en un examen, tareas estas que, no obstante, siguen vigentes pese al uso de las nuevas tecnologías como parte imprescindible de verificación del verdadero funcionamiento del sistema y de una real comprensión por parte del alumno de los mensajes transmitidos.

Actualmente se observa una doble dimensión en la aplicación de las nuevas tecnologías al ámbito educativo: por un lado, la aplicación y el uso que, de forma independiente y no obligatoria, hacen los alumnos, y, por otro lado, la aplicación y el uso que hacen los centros docentes. Muchas veces los docentes no obligan al alumnado a recurrir a Internet para ampliar los conocimientos adquiridos en el centro educativo, y es el alumno quien lo hace de forma voluntaria, bien porque desea

obtener más información, bien porque, al tratarse de nativos digitales, para ellos lo habitual es utilizar la Red en todo cuanto hacen, incluso a la hora de estudiar.

En los últimos años, colegios, institutos y universidades han implantado progresivamente las nuevas tecnologías para utilizarlas como un recurso más a la hora de enseñar. La incorporación de este nuevo sistema de aprendizaje ha obligado a revisar el modelo tradicional de trabajo de estos entes, dado que “la incorporación de las TIC supone mucho más que dotar a los centros de equipamiento e infraestructura. Requiere replantear y definir los contenidos curriculares, el papel del docente y del alumnado y definir la propia organización del espacio y el tiempo” (Cebrián de la Serna y Gallego Arrufat, 2011: 43). Al igual que con la narrativa transmedia, no basta con aplicar al modelo tradicional las novedades surgidas de los avances tecnológicos, sino que es necesario repensar el modelo y comenzar a trabajar no de forma tradicional pero aplicando novedades, sino de un modo completamente diferente en el que esas novedades son la base del sistema. En este sentido,

Parece claro que el rol del docente necesita ser reinterpretado. El profesorado ya no es la primordial fuente de acceso al saber de sus alumnos, pero sí puede convertirse en orientador y guía para afrontar con criterio el conocimiento de una realidad compleja, así como mostrar las relaciones interdisciplinarias, que el sistema educativo frecuentemente no muestra, presentándose de modo inconexo y pre-elaborado, ofreciendo poco espacio a la experiencia y conocimiento interno del estudiante.⁵

Las TIC se introducen en el ámbito de la educación y suponen una revolución en lo que se refiere a los distintos actores que participan en esos procesos comunicativos:

- **Centros docentes:** las TIC ofrecen a los centros educativos (colegios, institutos, universidades...) una serie de recursos que faciliten o potencien la comunicación entre los distintos actores que van a participar en los procesos de enseñanza y aprendizaje.
- **Docentes:** las TIC amplían el abanico de posibilidades de los profesores, que poseen en ellas un nuevo sistema para garantizar la correcta transmisión, recepción y comprensión de los mensajes educativos, y que además facilitan la comunicación no necesariamente ceñida a la transmisión cultural.
- **Alumnos:** las TIC suponen un nuevo modelo de aprendizaje, en este caso activo, que facilita la comprensión de los mensajes y ameniza el proceso de obtención y entrega de la información transmitida.

Aplicación de la Narrativa Transmedia al mundo educativo

La Narrativa Transmedia consiste en contar una historia a través de varios mensajes independientes difundidos en distintas plataformas y utilizando una variedad de formatos, por lo que cabe aclarar si esta estrategia comunicativa puede ser empleada en el entorno educativo.

Si se observan los cinco elementos tratados anteriormente, imprescindibles en los procesos de comunicación desarrollados bajo una estrategia transmedia, se puede tratar de aplicar cada uno de ellos al ámbito de la educación:

- **Mensaje o historia global:** en un proceso de comunicación docente, el mensaje es una asignatura, una lección, un tema, un concepto, una materia...
- **Relatos independientes:** del mensaje global se obtienen éstos, que son la disección del mensaje a transmitir. Estos relatos deben ser convergentes entre sí, evitando la redundancia, salvo que aporte algo relevante, facilitando que los alumnos obtengan en cada uno de ellos la suficiente cantidad de información básica.
- **Plataformas:** es necesario, antes de planificar la acción transmedia, conocer los recursos disponibles, de manera que sea sencillo trabajar después con los mensajes. En este

⁵ Martínez Bonafé, J. (2008): “Los libros de texto como práctica discursiva”. *Revista de la Asociación de Sociología de la Educación*, vol. 1 (enero 2008) en Montero Pascual, Ruiz Dávila y Díaz Tejero, (2010:17).

sentido, los relatos independientes y las plataformas pueden considerarse un único paso en el proceso de creación del sistema transmedia.

- **Público activo:** para que exista verdaderamente un proceso de comunicación basado en la narrativa transmedia, es necesario que el público esté dispuesto a participar activamente en el proceso, aunque sea el receptor de los mensajes, ya que de esos individuos receptores va a depender la ruta seguida hasta la comprensión de la información global que se les está transmitiendo. Sin público involucrado en el proceso es muy difícil hablar de transmedia, ya que sólo consumirán la información a través de uno de los mensajes transmitidos, lo cual es un proceso de comunicación unidireccional clásico, modelo superado en el entorno transmedia.
- **Emisor que recopila datos:** el emisor no debe limitarse a trazar la estrategia transmedia y ponerla en práctica, sino que debe, como un elemento más de este proceso de comunicación, recopilar datos del público. Existirá interacción como parte del proceso, y todos los datos obtenidos deben organizarse y analizarse para comprender las necesidades del público, sus deseos y sus problemas para trabajar con ellos en futuros procesos, de manera que las siguientes comunicaciones estén cada vez más adaptadas a la realidad del receptor, y no a la del emisor. Gracias a esta escucha activa se va adaptando el mensaje a las necesidades de cada uno de los actores para hacer del proceso un sistema cada vez más perfecto y acorde a las necesidades e inquietudes del receptor.

El docente deberá determinar, al planear el proyecto transmedia, cuál será el mensaje global, dado que de ello dependerá la posterior disección en mensajes más breves (y sus respectivos formatos y plataformas). Además, cada uno de los relatos independientes, y en función de sus características, podrá entregarse al receptor a través de una ventana concreta y con un formato determinado, tratando de optimizar los recursos de los que se disponga en cada momento, de manera que se aprovechen correctamente las oportunidades que se tienen: si un profesor tiene una entrevista en vídeo con un investigador como parte del material docente de una asignatura, lo lógico es utilizar un formato de vídeo, y no transcribir la entrevista a texto. Por último, su escucha deberá servir para conocer mejor al público receptor y mejorar tanto sus posibilidades de recepción como las propias de emisión de mensajes futuros.

Transmedia en la Universidad: de Moodle a los MOOC

En la universidad se observa la utilización de plataformas que sirven como complemento al estudio individual de los alumnos, la comunicación de éstos con los profesores (y entre ellos mismos) y como complemento externo a lo transmitido en la clase. Existen una serie de posibilidades para cada uno de los actores participantes en este proceso:

- **Alumnos:** la plataforma les permite acceder al material divulgado en clase (apuntes, textos, vídeos, presentaciones o incluso información relevante sobre fechas de entregas de trabajos, exámenes, etc.) y también a material adicional. Junto a ello, existe la posibilidad de ponerse en contacto con otros alumnos y con los profesores, por lo que crea un canal de comunicación.
- **Profesores:** la plataforma les permite proporcionar a los alumnos el material utilizado en clase, que podrán aprovechar especialmente quienes no acudieron a las explicaciones presenciales, así como material adicional relacionado para que puedan ampliar con criterio y seguridad la información divulgada en las aulas. De nuevo, la plataforma también servirá como canal de comunicación con los alumnos, con las posibilidades especiales que ello proporciona (como el envío masivo de mensajes o la posibilidad de recopilar datos relevantes).

La comunicación está presente en todo momento, dado que estas plataformas se convierten en un canal bidireccional (alumnos-profesores o alumnos-alumnos) que permite un contacto constante, directo, asincrónico y por encima de horarios, días de la semana o distancia geográfica.

Existen, esencialmente, dos tipos de plataformas para digitalizar la universidad:

- Plataformas que complementan las clases presenciales: el ejemplo por antonomasia es el modelo basado en Moodle.
- Plataformas que complementan la universidad: cuyo principal ejemplo son los MOOC.

MOODLE

Moodle es una plataforma que permite “subir contenidos educativos (apuntes, imágenes, videos, presentaciones,...), facilitar la comunicación con nuestros alumnos y entre ellos y por último gestionar la evaluación de sus tareas de aprendizaje” (Ros, 2008: 2). La propia aplicación se define como “una plataforma de aprendizaje diseñada para proporcionar a educadores, administradores y estudiantes un sistema integrado único, robusto y seguro para crear ambientes de aprendizaje personalizados”⁶. Moodle es una herramienta, una plataforma para que los profesores y los alumnos se encuentren en la red y continúen o amplíen lo acontecido en las aulas (e incluso lo sustituyan, en caso de no haber asistido a las clases presenciales). Moodle, por tanto, permite:

- Proporcionar material y contenidos.
- Facilitar la comunicación entre el profesor y los alumnos, y entre los propios alumnos.
- Gestionar evaluación de tareas.
- Proporcionar información sobre la hoja de ruta que sigue el curso (horarios, fechas señaladas, tareas, actividades a realizar o entregar...).

Moodle no está concebido como una red social, sino como una “plataforma de aprendizaje”, aunque en ciertos aspectos reúne cualidades que definen a las redes sociales, que se caracterizan por reunir como requisitos esenciales “1) construir un perfil público o semi-público dentro de un sistema limitado, 2) articular una lista de otros usuarios con los que comparte una conexión y 3) visualizar y rastrear su lista de contactos y las elaboradas por otros usuarios dentro del sistema” (Urueña *et al.*, 2011: 12). Pese a que Moodle, a la vista de esta definición, podría definirse como red social, la concepción y objetivos de las redes sociales no están en línea con los que persigue Moodle. Además, las redes sociales suelen englobarse en dos categorías: de ocio y de uso profesional. Las primeras buscan “potenciar las relaciones personales entre sus miembros” (Urueña *et al.*, 2011: 13), mientras que las segundas tienen como objetivo que el usuario pueda “promocionarse a nivel profesional, estar al día en su campo o especialidad e incrementar su agenda de contactos profesionales” (Urueña *et al.*, 2011: 13). Entre las primeras, Facebook sería la más popular, orientada al ocio, entretenimiento y fortalecimiento de los lazos de amistad entre los usuarios. Entre las segundas destaca LinkedIn, centrada en la promoción profesional, la búsqueda de empleo y el intercambio de información y contenidos de ámbito estrictamente profesional entre usuarios centrados en el mundo laboral. Además de ello, casi nadie ingresa en Moodle de forma voluntaria, sino que son los profesores o los centros docentes quienes tienen la facultad de dar de alta a sus alumnos en este sistema, mientras que en las redes sociales es el usuario quien libremente decide comenzar a utilizar ese servicio. Por último, el perfil que se tiene en Moodle no sirve entre un centro y otro, generalmente, ya que si un estudiante cursa estudios en dos universidades diferentes al mismo tiempo, probablemente tendrá dos cuentas de Moodle diferentes, una por universidad. De hecho, cuando abandone una de las universidades, igualmente quedará eliminado su perfil de Moodle de esa universidad, manteniendo activo el perfil de su otra cuenta. Con las redes sociales hay un único perfil a nivel global y válido para todo el entorno de la misma, que pese a las restricciones entre usuarios y círculos más o menos privados que puedan existir, es siempre el mismo.

MOOC

La palabra MOOC proviene del acrónimo en inglés Massive Online Open Course (curso abierto, masivo y en línea). Son cursos generalmente monográficos ofrecidos de forma gratuita en Inter-

⁶ <http://docs.moodle.org/all/es/Acerca_de_Moodle> (Consultado el 23 febrero de 2014)

net por universidades e instituciones educativas y caracterizados por su necesario y único seguimiento a través de elementos multimedia distribuidos en plataformas creadas a tal efecto. Surgen en el año 2008 en Canadá de la mano de George Siemens y Stephen Downes, de la Universidad de Manitoba. La intención de Siemens y Downes no era la de crear los MOOC, dado que el término, en realidad, procede de un análisis de Dave Cormier sobre un curso impartido por ellos (*Conectivismo y Aprendizaje Conectado* (CCK08)). Uno de los cursos que se consideran precursores de este sistema de enseñanza y aprendizaje es *Inteligencia Artificial* (CS221), del año 2011 y creado e impartido por Sebastian Thrun (Universidad de Stanford).⁷

Entre los años 2010 y 2011 se observa la verdadera popularización de los MOOC a nivel mundial, cuando se crean, fruto de alianzas entre universidades estadounidenses, las plataformas Udacity, Coursera, xMOOC, o MITx (esta última, posteriormente reconvertida en edX tras la unión del MIT y Harvard en la misma plataforma). En España existen plataformas como MiriadaX o UNED Coma, y en el Reino Unido destaca Future Learn. En la actualidad existen tantas plataformas como universidades que imparten este tipo de cursos, salvo las alianzas creadas entre algunas de ellas, permitiendo optimizar recursos y ganar visibilidad y poder de influencia en la Red.

Los MOOC, pese a ser un fenómeno relativamente reciente, tienen dos categorías que se observan unidas a su desarrollo: network-based y content-based⁸:

- **Network-based:** “No se centran tanto en los contenidos y la adquisición de competencias, sino en conversaciones, construyendo el conocimiento mediante redes sociales, en un entorno de aprendizaje utilizando medios distribuidos”. Su epicentro es la propia comunidad, es lo realmente importante: aprender en comunidad abierta. El contenido en sí no es tan relevante. No se trata de hacer un curso concreto sobre un tema concreto, sino aprender, en general, mediante el feedback con otras personas.
- **Content-based:** “aquellos con matrículas masivas, impartidos por profesores de grandes universidades, y utilizan métodos automáticos de evaluación”. El contenido es lo importante, y no tanto el hecho de estar aprendiendo en comunidad abierta. No se trata de aprender, en genérico, en comunidad, sino de aprender una materia concreta, aunque igualmente sea en comunidad y siguiendo ese sistema.

Un MOOC no es exactamente un curso online, como explica la siguiente tabla:

Curso e-learning	MOOC
Se desarrolla en una plataforma de e-learning (LMS) con unas funcionalidades y una estructura muy acotadas y diseñadas para la interacción directa con el profesor.	Se sigue un diseño tecnológico que facilita la diseminación de la actividad de los participantes mediante el uso de una o varias plataformas.
Entorno cerrado	Entorno abierto
Acceso previo pago de matrícula	Gratuidad de acceso
Grupo limitado	Participación masiva
Apoyo directo del profesor	Apoyo de la comunidad
Comunicación mediante foros de debate	Diversidad de herramientas de comunicación, uso de redes sociales
Orientado hacia la evaluación y acreditación	Énfasis en el proceso de aprendizaje más que en la evaluación y acreditación

Figura 1: Diferencias entre un curso online y un MOOC⁹

Los MOOC son un sistema más impersonal, pero a la vez con una variedad de posibles fuentes y apoyos mucho más amplios que en un curso online normal, fruto de la eliminación de las fronteras lingüísticas, geográficas o temporales y de la gratuidad de acceso para todos, sin distinciones y sin condiciones. No obstante esta gratuidad, la mayoría de los MOOC, al estar impartidos por prestigiosos centros e instituciones reconocidos a nivel internacional, permiten la compra de certificados o diplomas de participación y superación, siendo el único pago posible y siempre de carácter opcional.

⁷ <http://docubib.uc3m.es/MOOCs/Guia-metodologica-MOOC-Wimba/page_02.htm> (Consultado el 23 febrero 2014)

⁸ Las citas de ambas categorías se obtienen de <http://docubib.uc3m.es/MOOCs/Guia-metodologica-MOOC-Wimba/page_04.htm> y <http://docubib.uc3m.es/MOOCs/Guia-metodologica-MOOC-Wimba/page_05.htm> respectivamente (Consultado el 23 febrero 2014)

⁹ <http://docubib.uc3m.es/MOOCs/Guia-metodologica-MOOC-Wimba/page_06.htm> (Consultado el 23 febrero 2014)

Moodle versus MOOC: ¿elementos transmedia?

Las diferencias entre Moodle y los MOOC son notables, puesto que Moodle sólo se enfoca a los alumnos que están matriculados en la universidad y en la asignatura concreta en la que se utiliza esta plataforma, mientras que los MOOC, considerados plataforma en cuanto a su forma de impartición, son cursos adicionales que oferta la universidad, y a ellos pueden acceder todos los usuarios que lo deseen, sin ningún requisito previo (habitualmente ni siquiera en lo referente a conocimientos sobre el tema del curso).

Dado que Moodle permite complementar los estudios de clase con otros textos, material multimedia en general y una zona de comunicación entre alumnos, en principio está sirviendo de complemento transmedia a las clases presenciales y a los libros (los otros dos “formatos” presentes en este ejemplo básico de comunicación universitaria). Por su parte, los MOOC no son estrictamente un complemento transmedia a las clases presenciales, dado que en realidad son completamente ajenos a éstas, siendo un producto independiente y enfocado a otro público. Este punto puede comprenderse de una manera más exhaustiva analizando las respuestas que han aportado los profesores Ramón Salaverría, Rubén Chacón y Alfonso Rosa para la realización de este trabajo, a los cuales se les ha presentado un cuestionario (cuyas preguntas se especifican en el tercer capítulo) para que expliquen, como profesores de una universidad presencial o a distancia que, además, imparten un MOOC con contenidos relacionados, cómo han decidido diseccionar y distribuir la información, y así conocer si están haciendo productos transmedia.¹⁰

Contenido

En las encuestas realizadas se les preguntó el porcentaje de materia del MOOC que podría corresponderse con temario de las asignaturas que imparten en sus respectivas universidades. Así, Ramón Salaverría afirma que “el MOOC [...] se corresponde con apenas dos temas del programa de una de mis asignaturas de Grado (algo así como el 30% del temario de esa asignatura)”. Alfonso Rosa afirma que “aproximadamente un 10% del material del MOOC es cita textual de mi material de clase, el resto fue generado específicamente para el MOOC”. Para Rubén Chacón, “el contenido del MOOC no se corresponde con el contenido de ninguna asignatura de enseñanzas regladas si bien los contenidos forman parte, muy parcial de una asignatura del Grado en Estudios Ingleses”.

Además se pidió a cada uno de los docentes una valoración sobre la forma en que han creado el contenido del MOOC, con interés en conocer si han utilizado para ello citas o fuentes bibliográficas que utilizan también en sus respectivas asignaturas. Ramón explicó que “el 100% de los materiales que he elaborado para el MOOC son nuevos. Sin embargo, el contenido de esos materiales sí que coincide en parte con lo que ya venía explicando en mi asignatura de Grado llamada Ciberperiodismo. En realidad, para elaborar los contenidos textuales y audiovisuales del MOOC he partido de un par de presentaciones de PowerPoint que venía utilizando en mis clases presenciales; a partir de ese material en bruto, he hecho un trabajo de desarrollo y escritura, hasta completar todos los materiales que ofrezco en el MOOC”. En el caso de Alfonso Rosa, “aproximadamente un 10% del material del MOOC es cita textual de mi material de clase, el resto fue generado específicamente para el MOOC”. Para Rubén Chacón, “los guiones para la elaboración de los videos y la metodología de trabajo sugerida en ellos, sí ha sido desarrollada explícitamente para el MOOC”. No obstante, explica que los contenidos del MOOC son la base del idioma inglés, por lo que resulta evidente que se corresponden con materia aportada en las clases impartidas en la universidad.

¹⁰ Nota del autor: las palabras de los tres profesores, que aparecerán escritas en cursiva en adelante, son la representación literal de las contestaciones de cada uno de ellos a los correos electrónicos con el cuestionario enviado por el autor, por lo que no provienen de ninguna otra fuente documental o bibliográfica.

Conocimientos que se obtienen

En la encuesta se preguntó a cada docente si un alumno podría aprobar una de las asignaturas que imparten, y en las que están basados los MOOC, con sólo cursar este producto. Ramón afirmó que “un alumno mío en ningún caso podría aprobar mi asignatura completa a partir exclusivamente del MOOC” debido a que en este curso sólo obtendrá un 30 % de los conocimientos de la asignatura. Alfonso, por su parte, dijo que “un alumno que estudiara únicamente el MOOC no podría aprobar el examen de mi asignatura, sería imposible. Sin embargo, tendría unas nociones básicas válidas de ésta”. Rubén, al respecto, afirmó que “aunque está relacionado con mi asignatura no es algo que pueda sustituirla parcial o totalmente”. Si estos MOOC fueran narrativa transmedia, deberían servir para aprobar la asignatura, dado que la vía para comprender el mensaje global no es lo más importante, siempre que exista la debida convergencia entre los diferentes mensajes independientes.

Utilidad o no para alumnos presenciales

Se buscó conocer si un alumno de las asignaturas presenciales podría verse beneficiado por el hecho de cursar el MOOC, al obtener de éste algún tipo de contenido adicional que enriqueciera su experiencia presencial (la narrativa transmedia se basa en ese enriquecimiento al acudir a más de un canal). A este respecto, Ramón afirmó que incluso pensaba recomendar a sus alumnos presenciales “que utilicen los contenidos del MOOC para profundizar en el estudio de los dos temas que coinciden con el temario de la asignatura. Pienso que puede servirles como recurso para profundizar en el estudio durante el semestre y facilitar el repaso cuando se aproximen los exámenes finales”. En el caso de Alfonso, “para mis alumnos, la parte de microeconomía del curso es un breve resumen de lo que saben, y les aportaría poco; el resto del curso, la parte de macroeconomía y finanzas, sería totalmente nueva”. Rubén, por su parte, explicó que “no recomendaría este MOOC a mis estudiantes del Grado porque tienen un nivel superior pero sí lo recomendaría a todos los estudiantes universitarios de todas las carreras no especializadas en inglés del país. También a todos los estudiantes de enseñanza secundaria de todo el país”.

Consideración del MOOC respecto de la asignatura

Por último, se averiguó la consideración que tenía cada docente del MOOC que impartía con respecto a la asignatura base de la que partían. Se les ofrecieron tres opciones: extensión de la asignatura, resumen de la asignatura o producto independiente y diferente. Para Ramón, el MOOC es una extensión de lo impartido en el Grado, pero con contenido independiente que le hace convertirse en un producto independiente, aunque basado en ello. Para Alfonso, sin embargo, sería un resumen de lo impartido, aunque también destacó que se trataba de un producto diferente. Por último, Rubén lo definió como un producto totalmente independiente.

Metodología/Justificación

Este trabajo cuenta con una primera parte dedicada a sintetizar las teorías existentes sobre la Narrativa Transmedia. A través de ellas se ha expuesto de forma breve en qué consiste exactamente, cómo funciona y qué usos se le está dando hasta ahora en los mensajes de ficción e información. Con esa base se ha procedido a buscar la forma de aplicar esos conceptos al ámbito de la enseñanza, y concretamente a la enseñanza universitaria en España. Para ello se han sentado bases teóricas sobre uso y aplicación de las TIC en la enseñanza, con una posterior derivación del tema hacia el entorno universitario.

En el trabajo se incluyen datos obtenidos de consultas directas que se han realizado a tres profesores universitarios que imparten sus clases de forma presencial y, además, también imparten uno o varios MOOC relacionados con sus asignaturas presenciales. Las consultas se hicieron por correo electrónico y se obtuvieron las respuestas de todos ellos: Ramón Salaverría (Universidad de Navarra), Rubén Chacón (Universidad Nacional de Educación a Distancia – UNED) y Alfonso Rosa

(Universidad Católica de Murcia). Los cursos impartidos son “Redacción en Internet”, “Curso básico en economía” y “Empieza con el inglés”, respectivamente. El autor del trabajo es o ha sido alumno de los MOOC impartidos por dos de los profesores en cuestión, por lo que conocía los contenidos de ambos cursos, lo cual ha aportado una importante base a la hora de configurar el cuestionario que se les envió a cada uno de ellos, y que contenía las siguientes preguntas:

- 1) El temario que imparte en el MOOC, ¿tiene alguna correspondencia con el temario que imparte en las clases presenciales de la Universidad o simplemente es un compendio de aquellos puntos que considera más importantes para el MOOC, independientemente de las asignaturas que imparte? [Suponiendo que el temario del MOOC pueda corresponderse con la asignatura o asignaturas que imparta en la Universidad; si no se corresponde, me gustaría que respondiera desde el punto de vista del conocimiento del temario de alguna asignatura similar – “Introducción a...” -].
- 2) ¿Utiliza en el MOOC citas textuales del material que utiliza en sus clases presenciales o están específicamente escritos para el MOOC? (ya sean obtenidos de libros propios, de terceros, apuntes de clase, etc.).
- 3) ¿Recomendaría a uno de sus alumnos presenciales cursar el MOOC? ¿Cree que le aportaría algo respecto a la asignatura presencial? Si es así, ¿le aportaría algo más o le aportaría lo mismo que verá en clase? Y a alguien ajeno a las asignaturas que imparte, ¿el MOOC le aportaría una base, un conocimiento previo, para enfrentarse a dicha asignatura o el contenido es muy básico como para considerarlo un complemento?
- 4) ¿Consideraría el MOOC a) una extensión de lo que impartiría o imparte en sus clases, b) un resumen o c) algo completamente diferente? ¿Cree que uno de sus alumnos, si el MOOC se correspondiera en temario con una asignatura, podría aprobar un examen cursando únicamente el MOOC (es decir: sin pisar la clase ni un solo día)? Si no podría aprobar un examen, ¿quedaría, no obstante, enterado de la esencia de la asignatura, de lo más importante?

El posterior análisis de los datos aportados para cada profesor ha servido para confrontar esa información con las teorías expuestas en los primeros epígrafes para llegar a resultados y conclusiones que permitieran afirmar o negar que la narrativa transmedia sea aplicable al ámbito de la enseñanza universitaria, así como observar y determinar si se está haciendo en la actualidad.

Resultados

Tras un análisis pormenorizado de las respuestas que dieron los profesores a los que se consultó se pueden obtener algunos resultados que muestran la relación existente entre los MOOC y las asignaturas de Grado, y por tanto de su posibilidad de ser un producto transmedia o no.

En lo que respecta al contenido, al temario impartido en el MOOC, sólo un 30 %, en el mayor de los casos, se corresponde con lo impartido en la asignatura presencial. Ese bajo porcentaje provoca, además, que un alumno presencial no pudiera aprobar el examen de cada asignatura utilizando como única fuente el MOOC. No obstante, los tres profesores abogaron por la utilidad, relativa en algunos casos, para sus alumnos como manera de profundizar en un área concreta de la asignatura, aunque un modo bastante superficial en cualquier caso. Su escasa utilidad es una muestra de que se trata, como coinciden los tres profesores, de un producto totalmente independiente y hasta ajeno a dichas asignaturas, por ser un producto introductorio de las mismas.

El hecho de que el MOOC sea un producto independiente demuestra que actualmente no se pueden entender estos cursos como productos transmedia ligados a las asignaturas con las que comparten área, carrera, profesores y universidades. Por tanto, su distancia de Moodle se evidencia por el hecho de que incluso para muchos de los alumnos presenciales el MOOC será un producto del que desconozcan su existencia, y que poco puede aportarles para los estudios principales que cursan. Se trata, por tanto, de productos pensados y dirigidos a personas con interés en esas áreas y con pocos conocimientos al respecto de las mismas, ya que su temario no permite obtener la base necesaria como para poder conocer el tema de una manera más o menos amplia. Sin embargo, estos cursos no son un producto vacío, ya que de ellos se pueden obtener conocimientos que, si bien son

superficiales, permiten una posterior profundización: la mayoría de los profesores comparten bibliografía con los alumnos del MOOC en la que se pueden encontrar más contenidos relacionados, de manera que un alumno que curse un MOOC obtendrá,

- 1) Conocimientos básicos del tema,
- 2) Posibilidad de profundizar, de manera opcional y voluntaria en el tema,
- 3) Posibilidad de intercambiar con otros alumnos del curso información, debatir con ellos y con el profesor y ampliar el círculo mismo del curso, y
- 4) Un diploma acreditativo que indica que el alumno ha superado, gracias a las evaluaciones que se realizan necesariamente en cada curso, un nivel mínimo de conocimientos sobre el tema.

Los MOOC no convierten al alumno en un experto en la materia tratada, pero sí ofrecen una base de conocimientos sobre el tema en cuestión. Podría ser un camino intermedio entre el experto, quien cursa la carrera en sí, y la persona con nulos conocimientos. Si bien esto es lógico, no se puede obviar que el MOOC es un producto poco convencional y que depende casi exclusivamente de la voluntad del alumno, lo cual aporta en cualquier caso un valor añadido a la persona que lo haya cursado, con independencia del nivel de conocimientos que tenga sobre el tema, que en algunas ocasiones puede llegar a ser el necesario como para desenvolverse con soltura en ese ámbito y, en cualquier caso, como puerta de entrada a cursos de mayor contenido y duración para asentar de manera definitiva ese conocimiento.

Estos datos demuestran que los MOOC no están siendo utilizados como un elemento más del entorno transmedia, al contrario de lo que sucede con Moodle, donde los profesores sí amplían el contenido de clase y donde, por otra parte, podrían obtenerse los recursos necesarios para aprobar la asignatura en cuestión sin tener que asistir a las clases presenciales, salvo, en su caso, a los exámenes.

Conclusiones

Lo expuesto a lo largo del trabajo, y tras haber consultado con profesores casos específicos de MOOC para conocer si pueden o no ser transmedia (además del adecuado acercamiento teórico a Moodle, con datos basados en posibilidades que ofrece la plataforma), se llega a una serie de conclusiones que se resumen y explican a continuación:

1. La narrativa transmedia es una estrategia de comunicación aplicable al mundo educativo universitario.

El hecho de que la narrativa transmedia sea, en resumen, una forma de contar historias o emitir mensajes, permite que sea aplicable al mundo educativo, por cuanto éste supone la transmisión de mensajes cuyo contenido son conocimientos de las distintas áreas del saber. Por ello, las estrategias transmedia aportarían, al igual que lo hacen en los entornos de ficción, información o publicidad, posibilidades de enriquecimiento de los mensajes originales, a la vez que potenciaría la participación de los alumnos y fomentaría la necesidad de reforzar su autosuficiencia y su capacidad crítica, al exigirles seleccionar y elegir el camino a seguir, discriminar información, ampliar lo ofrecido y, en definitiva, convertirse en protagonistas de su propio proceso de aprendizaje.

2. Moodle y los MOOC se encuadran como herramientas útiles para la aplicación de la narrativa transmedia en los procesos educativos, especialmente en el ámbito universitario.

Moodle, como plataforma que traslada lo que sucede en la clase a Internet, supone una herramienta imprescindible para la creación del entorno transmedia educativo, al proporcionar una serie de posibilidades que se encuadran en la línea de lo que necesita y utiliza transmedia. En este sentido, Moodle se está utilizando como un producto que formaría parte de una estrategia transmedia. Los MOOC, por su parte, ofrecen características similares, si bien ni se están utilizando en la actualidad como elemento transmedia de un mensaje global, ni su adaptación al entorno transmedia sería tan sencilla como en el caso de Moodle, aunque el hecho de que los MOOC no se estén utilizando como un producto transmedia no significa que sus características y posibilidades no lo presenten como una herramienta más en este sentido. Por tanto, ambas herramientas serían perfectamente

aplicables a una estrategia transmedia, cumpliendo una serie de normas y consideraciones que fomentasen las reglas que debe reunir un proyecto de estas características.

3. Los MOOC, pese a ofrecer la posibilidad de convertirse en una herramienta útil para las estrategias transmedia aplicadas al mundo educativo, no se utilizan a día de hoy como tal, siendo un producto independiente, aunque con cierta relación.

Los MOOC guardan relación con asignaturas y estudios presenciales por el mero hecho de estar impartidos por docentes especializados en esas áreas y porque sus contenidos están relacionados con los temarios universitarios que imparten esos mismos profesores. No obstante, ni los docentes planifican estos cursos como un producto transmedia, ni los alumnos utilizan estos cursos como un modo de ampliar conocimientos sobre un tema con un enfoque no simplemente de curiosidad o de interés personal en la materia, sino como alumno de la asignatura presencial que busque ampliar los conocimientos de cara a la asignatura en cuestión. El MOOC está enfocado a terceras personas con inquietud por el tema o por utilidad profesional o formativa. La adaptación de los contenidos del curso, unido al fomento de su uso por parte de los alumnos presenciales, convertiría automáticamente a los MOOC en una ventana más del proyecto de educación transmedia en cuestión, sin por ello perder su independencia respecto de los estudios presenciales en que se basan ni su concepción como producto inédito y útil para terceros. Convertir los MOOC en un producto demasiado ligado a las clases presenciales, despojándolos de la independencia que los caracteriza en la actualidad, acabaría con la propia naturaleza de estos cursos, por lo que es necesario que exista una prevalencia de la independencia de estos productos a la vez que se busca, en caso de querer utilizarlos como un punto de acceso transmedia en un mensaje más grande, la forma de coordinar estas dos realidades en un mismo producto.

REFERENCIAS

- Cebrián De La Serna, M. y Gallego Arrufat, M^a. J. (coords.) (2011). *Procesos educativos con TIC en la sociedad del conocimiento*. Madrid: Ed. Pirámide.
- Montero Pascual, E., M. Ruiz Dávila y B. Días Tejero. (2010). *Aprendiendo con videojuegos*. Madrid: Narcea Ediciones.
- Ros, I. (2008). "Moodle, la plataforma para la enseñanza y organización escolar". *Ikastorratza, e-Revista de Didáctica* 2. Disponible en: http://www.ehu.es/ikastorratza/2_alea/moodle.pdf. (Consultado 4 marzo 2014).
- Scolari, Carlos Alberto (2009). "Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production". *International Journal of Communication* 3, pp. 586-606. Universidad de Vic, Cataluña, España.
- Urueña, Alberto (coord.), Annie Ferrari, David Blanco y Elena Valdecasa (2011). "Las Redes Sociales en Internet". Observatorio nacional de las telecomunicaciones y de la SI. (Recurso electrónico). Disponible en: http://www.osimga.org/export/sites/osimga/gl/documentos/d/20111201_ontsi_redes_sociais.pdf (Consultado 22 abril 2014)

SOBRE EL AUTOR

Miguel Ángel Ossorio Vega: Es Licenciado en Periodismo (2011) y Máster en Periodismo Multimedia Profesional (2012) por la Universidad Complutense de Madrid (UCM). Actualmente compagina los estudios de Grado en Derecho en la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED) con la realización del Doctorado en Tecnologías, Estructuras y Tratamiento de la Información, programa del Departamento de Periodismo II de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense, bajo la dirección del profesor Dr. D. Jesús Miguel Flores. Sus líneas de investigación abarcan el periodismo digital, la comunicación multimedia y los usos de Internet en la elaboración y distribución de mensajes informativos. Es especialista en narrativa transmedia, objeto de su tesis, de la que ha presentado trabajos en el III Congreso Internacional de Comunicación 3.0, organizado por la Universidad de Salamanca (España) y en el V Congreso Internacional de Cyberperiodismo y Web 2.0, organizado por la Universidad del País Vasco (España). Ha trabajado en la sección de Tecnología, Ciencia y Medio Ambiente de la Agencia EFE. Actualmente colabora con el Internet Media Lab de la Universidad Complutense de Madrid y es Editor Adjunto de la revista científica TecCom Studies.