

**Universidad Andina Simón Bolívar**

**Sede Ecuador**

**Área de Comunicación**

Maestría en Comunicación Transmedia

**La adaptación de la mascota institucional PUMI para el desarrollo de un cómic dentro de la estrategia transmedia para los libros digitales de la Universidad Técnica de Ambato**

Carlos Alberto Martínez Bonilla

Tutor: Pablo Andrés Escandón Montenegro

Quito, 2025





## Cláusula de cesión de derecho de publicación

Yo, Carlos Alberto Martínez Bonilla, autor del trabajo titulado “La adaptación de la mascota institucional PUMI para el desarrollo de un cómic dentro de la estrategia transmedia para los libros digitales de la Universidad Técnica de Ambato”, mediante el presente documento dejo constancia de que la obra es de mi exclusiva autoría y producción, que la he elaborado para cumplir con uno de los requisitos previos para la obtención del título de Magíster en Comunicación y Transmedia en la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.

1. Cedo a la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, los derechos exclusivos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación, durante 36 meses a partir de mi graduación, pudiendo por lo tanto la Universidad, utilizar y usar esta obra por cualquier medio conocido o por conocer, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico. Esta autorización incluye la reproducción total o parcial en los formatos virtual, electrónico, digital, óptico, como usos en red local y en internet.
2. Declaro que en caso de presentarse cualquier reclamación de parte de terceros respecto de los derechos de autor/a de la obra antes referida, yo asumiré toda responsabilidad frente a terceros y a la Universidad.
3. En esta fecha entrego a la Secretaría General, el ejemplar respectivo y sus anexos en formato impreso y digital o electrónico.

23 de junio de 2025

Firma: \_\_\_\_\_



## Resumen

La investigación se centra en el desarrollo de cómics y libros digitales utilizando a PUMI, la mascota institucional de la Universidad Técnica de Ambato (UTA), como elemento central para promover una lectura interactiva entre los estudiantes y potenciar la producción científica a través de libros digitales creados por los docentes en diversas áreas del conocimiento, al mismo tiempo reforzar la identidad corporativa de la institución. A través de un enfoque mixto, cualitativo y cuantitativo, se investigaron distintas herramientas tecnológicas y narrativas para generar contenidos digitales atractivos y coherentes. El estudio explora cómo la integración de PUMI en los materiales educativos digitales puede mejorar la comunicación, la lectura y el nivel de participación de los estudiantes. Se realizaron entrevistas y encuestas que brindaron perspectivas variadas sobre la percepción y efectividad de la innovación en la lectura digital mediante cómics en diversos entornos digitales. En cuanto a la creación de cómics y las narrativas, se utilizaron herramientas como Adobe Illustrator y Photoshop para las ilustraciones y Adobe InDesign para la maquetación y publicación de los libros digitales. Además, se emplearon aplicaciones interactivas en línea para enriquecer la experiencia del usuario, facilitando una interacción más dinámica con el contenido educativo. Los resultados revelaron que la incorporación de PUMI en los cómics y libros digitales no solo incrementa la motivación e interés de los estudiantes por el material educativo, sino que también refuerza la identidad institucional. La presencia de la mascota favorece la conexión emocional y un aprendizaje más significativo. Se destacó la importancia del uso de herramientas tecnológicas adecuadas para garantizar la calidad y coherencia de los contenidos, para proporcionar experiencias interactivas que se adapten a las necesidades de la comunidad educativa. En conclusión, la integración estratégica de PUMI en los recursos digitales educativos, respaldada por una metodología adecuada y el uso de tecnologías innovadoras, puede ser una estrategia efectiva para enriquecer el proceso de enseñanza-aprendizaje, recomendándose seguir explorando innovaciones tecnológicas y narrativas transmedia que fomenten la interacción y el compromiso de los estudiantes con los contenidos educativos. Se recomienda continuar explorando innovaciones tecnológicas y narrativas transmedia que potencien la interacción y el compromiso de los estudiantes con los contenidos educativos.

Palabras clave: narrativa transmedia, cómic, libro electrónico, lectura interactiva, herramientas digitales



Dedico a quienes han sido parte de este proceso académico, con su apoyo han permitido culminar este nuevo reto.



## **Agradecimientos**

Agradezco a la Universidad Andina Simón Bolívar, quien ha sido una institución que ha permitido aprender y reaprender aspectos importantes en la Comunicación y sus nuevos retos en la sociedad de la información, conocimiento y red.



## Tabla de contenidos

Figuras y tablas.....	12
Introducción.....	15
Capítulo primero Narrativa transmedia y educación.....	19
1. Ecosistema y elementos de la narrativa transmedia.....	22
2. Teorías y modelos de narrativa transmedia.....	25
3. Transmedia y <i>crossmedia</i> .....	27
4. Estrategias de la narrativa transmedia.....	28
5. Narrativas transmedia en la educación.....	29
6. El cómic como herramienta de comunicación como estrategia transmedia ..	30
Capítulo segundo El cómic y los libros digitales .....	35
1. Géneros y estilos del cómic viñetas o video .....	40
2. Cómic digital y nuevas tecnologías .....	42
3. El cómic en la narrativa transmedia.....	43
4. Libros digitales para presentar el cómic .....	44
5. El impacto de los libros digitales en la lectura y la educación .....	48
6. Accesibilidad en los libros digitales.....	49
Capítulo tercero Propuesta.....	51
1. Desarrollo de la Propuesta .....	60
2. Análisis de datos .....	73
3. Propuesta publicada en otras herramientas .....	82
Conclusiones.....	88
Lista de referencias .....	92
Anexos .....	98
Anexo 1: Guión del diálogo para la creación del cómic (ejemplo 1).....	98
Anexo 2: Respuesta a las preguntas de la encuesta a docentes y estudiantes .....	100
Anexo 3: Libros digitales .....	103
Anexo 4: Mapas de empatía ejemplos de 3 estudiantes.....	104

## Figuras y tablas

Figura 1. Representaciones características, medios y plataformas de la Narrativa Transmedia información referida de Jenkins 2008; Freire 2020 y Láhteenmáki 2021..	19
Figura 2. Antes y después de la narrativa transmedia información.....	22
Figura 3. Representación de la narrativa transmedia en base a Carlos Scolari (2013)..	25
Figura 4. Representación de la teoría de la convergencia de Henry Jenkins (2013 ).....	26
Figura 5. Diferencias entre transmedia y crossmedia.....	27
Figura 6. Narrativa transmedia en educación e implementación en el aula .....	30
Figura 7. El cómic como herramienta de comunicación como estrategia transmedia ...	34
Figura 8. Ejemplo de viñetas que permiten aumentar la tensión.....	38
Figura 9. Ejemplo Globos de diálogo .....	38
Figura 10. Onomatopeyas.....	39
Figura 11. Líneas que muestran movimientos.....	39
Figura 12. Elementos que representan emociones.....	39
Figura 13. Planos de la imagen presentados en la propuesta.....	40
Figura 14. Géneros del cómic.....	41
Figura 15. Estilos del cómic .....	42
Figura 16. Libro digital creado en Adobe Indesign.....	45
Figura 17: Mapa de empatía .....	51
Figura 18. Características del Web Comic .....	58
Figura 19. Plataformas para cómic educativos.....	59
Figura 20. Desarrollo primera parte del libro digital episodio 1 .....	65
Figura 21. Desarrollo de la segunda parte del libro digital episodio 2.....	67
Figura 22. Desarrollo de la tercera parte del libro digital episodio 3 .....	69
Figura 23. Desarrollo de la cuarta parte del libro digital episodio 4 .....	71
Figura 24. Propuesta generada en IA Hedra para el final de la propuesta .....	73
Figura 25. Nube de palabras sobre las categorías importantes de la encuesta .....	81
Figura 26. Propuesta desarrollada en la herramienta Twine .....	82
Figura 27. Narrativa en Twine.....	83
Figura 28. Desarrollo de la narrativa en TWINE .....	83
Figura 29. Enlaces en la imagen a audio simula la voz del cómic .....	83

Figura 30. Propuesta en WIX .....	84
<i>Figura 31. Propuesta del cómic Presentada en WIX</i> .....	85
Figura 32. Segunda parte de la propuesta publicada en WIX .....	85
Figura 33: Segunda parte de la propuesta publicada en WIX .....	86
Figura 34. Propuesta desarrollada en CANVA .....	86
Figura 35. Elaboración de la propuesta también realizada en CANVA .....	87
Tabla 1. Mapa empatía ¿que se piensa y se siente?.....	52
Tabla 2. Mapa empatía ¿lo que oye? .....	53
Tabla 3. Mapa empatía ¿lo que ve? .....	54
Tabla 4. Mapa empatía ¿lo que dice y hace el usuario? .....	55
Tabla 5. Mapa empatía ¿Qué le duele?.....	56
Tabla 6. Mapa empatía ¿Qué le motiva? .....	57
Tabla 7. Tema del Web cómic: “Redes sin miedo” .....	61
Tabla 8. Estructura del web cómic .....	61
Tabla 9. Episodios .....	62
Tabla 10. Componentes transmedia (opcional) .....	62
Tabla 11. Objetivos educativos .....	63
Tabla 12. Episodio 1 “Captura de pantalla” .....	64
Tabla 13. Episodio 2: “¿Quién está detrás? .....	65
Tabla 14. Episodio 3: “La red no olvida” .....	67
Tabla 15. Episodio 4: “Contra la sombra” .....	69
Tabla 16. ¿Con qué frecuencia usted acude a buscar información en un libro digital? ..	75
Tabla 17. ¿considera importante que exista interactividad en un libro digital ? .....	76
Tabla 18. ¿De las opciones presentadas cuál de ellas considera innovadora? .....	76
Tabla 19. ¿Importancia de que en los libros digitales institucionales lleven a su mascota PUMI como parte de una nueva forma de narrativa como el cómic? .....	78
Tabla 20. ¿Considera que se puede aplicar nuevas formas de presentación de los contenidos en libros digitales en las diferentes áreas del conocimiento mediante Comics y la mascota institucional PUMI?.....	79
Tabla 21. ¿Importancia que en los libros digitales institucionales lleven a su mascota PUMI como parte de una nueva forma de narrativa, con un comic? ¿Considera que se puede aplicar nuevas formas de presentación de los contenidos en libros digitales en las diferentes áreas del conocimiento mediante Comics y la mascota institucional PUMI? ..	80



## Introducción

Las Instituciones de Educación Superior (IES) enfrentan el reto de adaptarse a los avances tecnológicos y a nuevas formas de comunicación digital que capten la atención de los jóvenes universitarios. En la Universidad Técnica de Ambato (UTA), los docentes aún no han incorporado formatos digitales atractivos para difundir la producción científica y académica, limitándose a libros físicos impresos según las normas institucionales.

Ante este escenario, se plantea la integración de narrativas digitales mediante estrategias de comunicación transmedia, como el uso de cómics o videos animados. Estas alternativas podrían establecer una difusión innovadora de los contenidos académicos y fortalecer el sentido de pertenencia hacia la mascota institucional PUMI fomentando el vínculo con la comunidad universitaria. El trabajo propone la adaptación de la mascota PUMI como personaje de un cómic dentro de los libros digitales producidos por los docentes, utilizando estrategias transmedia que promuevan una mayor interacción con los usuarios en distintas áreas del conocimiento.

Aunque los estudiantes universitarios están familiarizados con las tecnologías digitales, el 40% de ellos no se siente motivados por la lectura tradicional; por lo que se propone que PUMI, forme parte de los recursos digitales que estimulen el interés por la lectura académica. Esta propuesta se sustenta en entrevistas y encuestas a estudiantes universitarios, quienes manifestaron que la inclusión de personajes digitales como PUMI puede mejorar la experiencia de lectura y aprendizaje. Así, se busca fortalecer la difusión del conocimiento generado por los docentes en sus libros digitales mediante estrategias narrativas transmedia, promoviendo nuevas formas de lectura digital e interacción a través de múltiples plataformas.

La incorporación de personajes dentro de la comunicación digital ha demostrado ser una herramienta efectiva para generar espacios de diálogo y reflexión, especialmente en libros digitales. Los estudiantes encuestados coinciden en que las nuevas plataformas digitales pueden conectar a docentes y estudiantes con la mascota institucional, facilitando el acceso a contenidos académicos de manera más atractiva y significativa.

La adaptación de PUMI como personaje de cómic en los libros digitales podría representar nuevas formas de difundir la producción científica en la UTA. La propuesta se alinea con las tendencias actuales de narrativa transmedia, que incluyen el uso de

tecnologías como la realidad virtual, la inteligencia artificial y plataformas de *streaming*, medios preferidos por los jóvenes por su carácter visual y accesible; por lo que, la posibilidad de contar historias extendidas a través de estos medios fortalece el vínculo con la audiencia y amplía el alcance de los contenidos académicos.

Dentro del cómic PUMI, ya sea en viñetas o animaciones, podría convertirse en un vehículo de difusión de la ciencia y de los valores institucionales, aprovechando el potencial de la tecnología para fomentar la creatividad e innovación. La inserción de este personaje en los libros digitales de la UTA busca motivar una lectura dinámica, acorde con las expectativas de las nuevas generaciones de estudiantes.

La investigación parte del objetivo general de analizar cómo adaptar a PUMI como personaje de cómic mediante estrategias narrativas transmedia en los libros digitales de la UTA. Implica identificar las características propias de estas narrativas, establecer elementos y estrategias clave, proponer un diseño que integre a la mascota como recurso audiovisual dentro de las publicaciones digitales institucionales.

Cabe destacar que PUMI fue registrada oficialmente como mascota institucional en 2023 ante la Dirección Nacional de Derechos de Autor y Derechos Conexos, misma que representa al Puma Andino, parte de la Trilogía Andina y es un símbolo espiritual de la provincia de Tungurahua. Esta figura expresa fuerza, sabiduría e inteligencia, asociadas al *Kay Pacha*, el mundo de los vivos, según la cosmovisión andina. Su diseño refleja observación, creatividad e intelecto, valores clave para la UTA, la ilustración fue creada por Tatiana Núñez (Talurna) en 2023.

La difusión científica debe reflejar la sabiduría, inteligencia y fuerza de quienes generan conocimiento académico. Por ello, el cómic, se plantea como una herramienta dentro de las estrategias narrativas transmedia para ampliar el universo de la comunicación académica. Este enfoque busca tender un puente entre docentes y estudiantes, ofreciendo libros digitales interactivos y accesibles, donde el cómic aporte con su lenguaje visual y ritmo narrativo a nuevas experiencias lectoras.

En el entorno digital, las estrategias transmedia han permitido desarrollar métodos audiovisuales efectivos; es por ello que, la etnografía digital ha sido una metodología clave para comprender estos procesos. Esta técnica analiza los aprendizajes en entornos digitales a través de una observación participativa, reconociendo la interacción sensorial y estructurada que permiten las tecnologías actuales (Grasseni et al., 2022). A través de diversos medios, la etnografía digital promueve formas de expresión creativa y crítica social, esenciales para explorar la complejidad de la experiencia humana.

El estudio, con un enfoque cualitativo y cuantitativo, analizó la percepción estudiantil sobre la adaptación de PUMI como cómic en los libros digitales institucionales. La entrevista y encuesta permitieron explorar cómo los estudiantes podrían interactuar con esta narrativa, identificando cómo dinamizar la lectura académica; además, mediante observación participante y el mapa de empatía empleado en procesos de *design thinking* permitieron profundizar en las necesidades, emociones y comportamientos de los usuarios.

Finalmente, se utilizó el software *Atlas.ti* para categorizar y analizar la información obtenida en los mapas de empatía, lo cual permitió estudiar las respuestas y aportes estudiantiles en relación con la narrativa transmedia protagonizada por PUMI. Así, esta propuesta busca posicionar a la UTA en el contexto digital, promoviendo una experiencia de aprendizaje diferente acorde con los desafíos contemporáneos en la educación superior.



## Capítulo primero

### Narrativa transmedia y educación

La narrativa transmedia es un proceso donde los elementos de una historia se extienden en varias plataformas y medios que contribuyen en la comunicación del universo narrativo; dichas plataformas ofrecen narrativas complementarias globales, permite una expansión del universo narrativo que enriquece la historia, ya que juega un papel importante con el juego de las audiencias donde, los seguidores participan en la creación y expansión del mundo narrativo, llamada cultura de la convergencia (Lähteenmäki 2021; Jenkins 2008b y Freire 2020). La figura 1 resumen sobre algunos características, medios y plataformas de la narrativa transmedia.

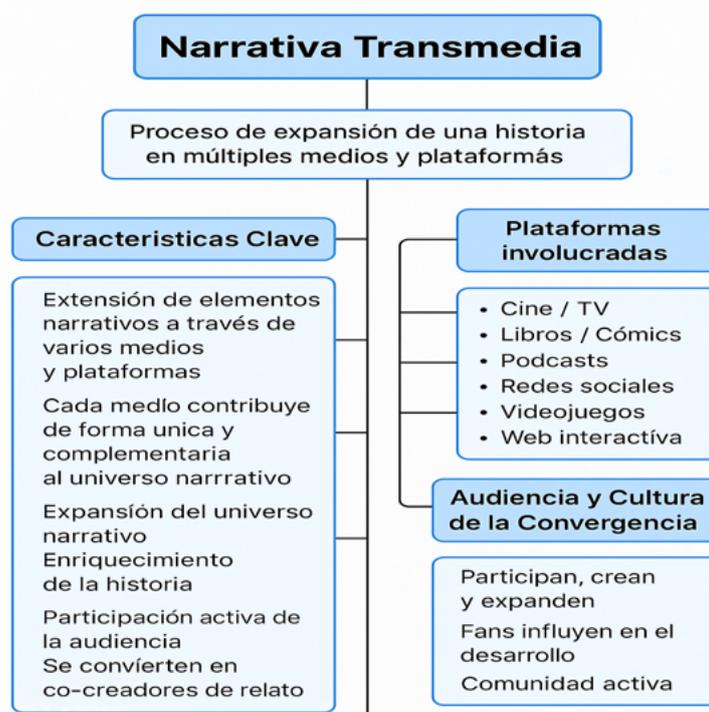


Figura 1. Representaciones características, medios y plataformas de la Narrativa Transmedia información referida de Jenkins 2008; Freire 2020 y Lähteenmäki 2021.

Fuente y elaboración propias

Las múltiples plataformas y formatos permiten la participación del usuario en las narrativas transmedia como una estrategia de contar historias de manera que las plataformas tengan un propósito y función específica. Se mantiene la coherencia y cohesión de la historia a lo largo de las plataformas múltiples; se puede aplicar en diferentes contextos desde el entretenimiento, publicidad y en especial la educación, donde se debe crear y gestionar los mundos narrativos para fomentarlo de forma

participativa y comunitaria (Pratten 2011). La narrativa transmedia no se limita a contar la misma historia en diferentes plataformas, sino que expande y profundiza la narrativa a través de cada medio. El público no es solo el receptor de la historia, sino que también se puede convertir en parte activa de la creación y expansión de la narrativa, se debe enfatizar la coherencia de la historia y las experiencias de los multicanales (Freeman y Proctor 2018).

La representación de historia en múltiples medios no es nuevo, el término transmedia necesariamente involucra más de un medio y género, permite expandir subsistemas, medios y sistemas que considera el público objetivo y extensiones. Los contenidos deben ser seleccionados de acuerdo a la audiencia, lo que incluye plataformas y dispositivos que sean aptos para el desafío. El alcance de la audiencia es crucial para ofrecer una experiencia transmedia de forma apropiada, estas pueden considerarse o representarse como un proceso centrífugo ya que a partir de un texto inicial se puede producir nuevos textos para llegar a los contenidos generados por el usuario, mismos que son claves en los supersistemas transmedia (Rampazzo, Carvalho y Tárzia 2020).

Las estrategias narrativas transmedia rompen lo convencional en su variedad de textos lineales y tradicionales, estas permiten una nueva composición y experimentación para también explotar las nuevas tecnologías y experiencias de los usuarios en innovadoras estructuras narrativas e interfaces interactivas para conectar emocionalmente a las audiencias independiente al mecanismo de entrega de la información (McErlean 2018). Por ejemplo, los textos cinematográficos tienen una estructura tradicionalmente lineal, donde se ha experimentado con éxito presentaciones no lineales de fábulas, este método es complejo de contar historias ya que requiere una dirección sólida y un espectador comprometido. Por eso, presentar la historia en un orden lineal podría ser tedioso y no existiría inmersión narrativa y se presentarían detalles de la trama de forma temprana (McErlean 2018).

Brecht creó obras educativas para el disfrute del público, para su gratificación inmediata. Este enfoque promovió una investigación activa del texto, este tipo de obras permitía relación no sólo entre sus personajes y sus personajes ficticios, sino también realidades entre el público, la obra misma y la ilustración (Adorno 2023); de hecho, el espectador observa una narración desde múltiples puntos de vista, a pesar de que son creados por el autor, el orden de presentación es generado por el espectador, la perspectiva mejora los elementos interactivos de la historia y presenta diferentes puntos de vista alternativos espaciales como temporales (McErlean 2018).

La deconstrucción de la narrativa sugiere que un texto construido por un autor, cuya vida contiene una historia definida y un sesgo claro, es reconstruida por un lector cuya vida difiere de la del autor y cuya perspectiva está enmarcado de manera diferente, el texto que se lee se vuelve diferente de lo que el autor pretendía a través de la acción del espectador (Hutcheon y O'Flynn 2013). Por otro lado, en las narrativas transmedia el sonido es importante, ya que ciertos sonidos provocan una respuesta primaria en la audiencia. La respuesta auditiva mejora la visual; de hecho, el sonido especializado y las señales auditivas influyen positivamente en el sentido de presencia e inmersión dentro de una narrativa (Collins, Kapralos, y Tessler 2014).

A su vez, el montaje de video en las narrativas crea emociones incluidas la elección de imágenes, el espectador no simplemente alcanza niveles emocionales similares, sino que recorre caminos similares hasta llegar al objetivo donde el espectador se convierte en creador, es decir un autor participante en la construcción de la representación. La codificación de contenidos audiovisuales permite al autor dar un significado dentro de la narrativa a través de la cuantificación y clasificación de elementos de la historia; a su vez, la narrativa se puede estructurar utilizando clips codificados que se pueden ver a lo largo de múltiples vías de navegación (McErlean 2018).

La codificación permite al autor crear una narrativa que se archiva como una base de datos de clips. Se accede a los clips de forma secuencial a través de una interfaz de usuario interactiva y el orden narrativo está influenciado por la interacción del espectador, los criterios de codificación dependen de la historia y las narrativas interactivas pueden ofrecer al espectador diversos grados de navegación, y control de la historia, donde se puede trazar caminos y experiencias múltiples que crean una experiencia en cada espectador (McErlean 2018).

McLuhan sugiere que el medio por el cual se recibe la información influye tanto o más que el contenido mismo, implica que el formato digital cambia la relación con la lectura y el aprendizaje. El libro digital no es solo un reemplazo del libro impreso, es un medio que modifica la forma de interactuar con la información, cómo se procesa y cómo se lo experimenta. Cada medio de comunicación involucra diferentes sentidos, los libros impresos estimulan la vista y el tacto, mientras que en los libros digitales la experiencia sensorial cambia, lo que involucra una interacción visual y táctil mediada por dispositivos tecnológicos mismo que puede alterar la experiencia cognitiva de lectura (Islas 2008).

La narrativa transmedia se caracteriza por contar una historia a través de múltiples plataformas y formatos, donde cada medio contribuye de manera única al desarrollo del relato. Este concepto fue popularizado por Henry Jenkins en 2003, ha buscado involucrar activamente a la audiencia en el proceso de expansión de la historia, permite que los consumidores no solo sean receptores pasivos, sino también participantes activos en la creación y difusión del contenido, de acuerdo con la información obtenida en el blog *The CORE* Escuela Superior de Audiovisuales 2024 (Lantorno 2022). En la figura 2 se representa el antes y después de la narrativa transmedia.

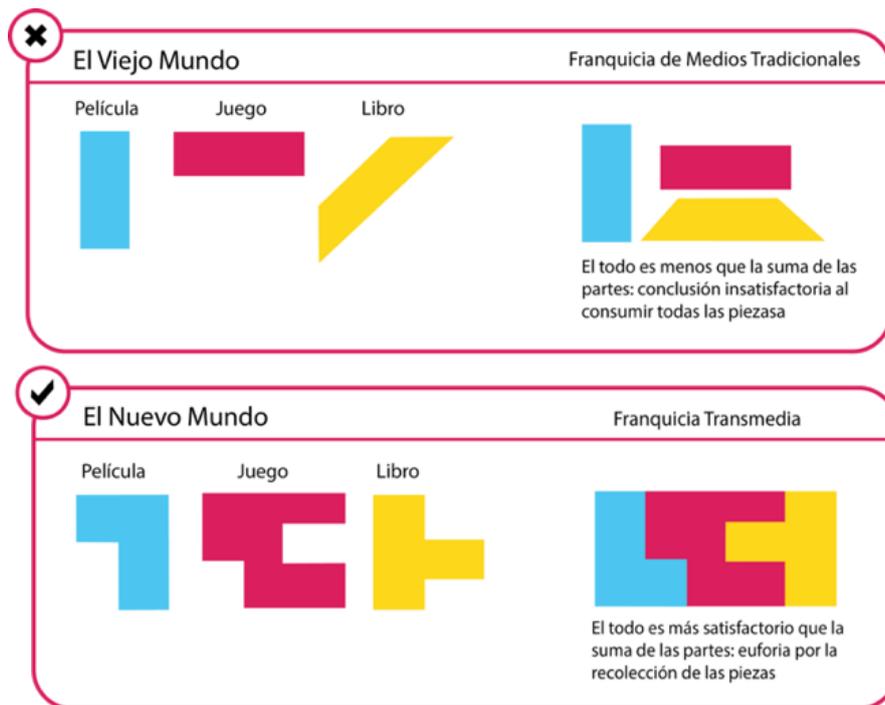


Figura 2. Antes y después de la narrativa transmedia.  
Fuente: Roberth Pratten traducida por Belén Santa (2015).

## 1. Ecosistema y elementos de la narrativa transmedia

Se refiere a la compleja red de interacciones y relaciones que se forman entre los diferentes medios y plataformas a través de los cuales se cuenta una historia. No solo incluye los diversos formatos, sino también la participación activa de la audiencia y la creación de comunidades alrededor del contenido (Jiménez Narros 2016).

Los elementos trabajan en conjunto para crear experiencias narrativas envolventes que no solo cuentan una historia, sino que también fomentan un sentido de comunidad y participación entre los consumidores. Dentro de los elementos de la narrativa transmedia para contar historias se puede destacar los siguientes: *La historia central*, misma que se mueve en una dirección no convencional es un componente importante en la narrativa transmedia, sirve como eje dicha historia puede ser original o adaptada y debe ser

suficientemente completa para permitir expansiones en diferentes medios (Ramos 2022), dentro de la historia central debe existir una *coherencia narrativa* a lo largo de todas las plataformas, cada medio debe contribuir a un relato unificado que permita a los usuarios o consumidores entender el conjunto de la historia. De igual manera, *la expansión o diversificación* en diferentes direcciones, introduce nuevos personajes, tramas secundarias y escenarios que enriquezcan el universo narrativo, permite que cada medio explore aspectos distintos de la narrativa, misma que ofrezca diferentes perspectivas y que profundice la trama principal (Chamba 2018).

La *interactividad* con el público en la narrativa transmedia es importante ya que los consumidores no son meros receptores, pues asumen un rol activo en la expansión de la historia. La historia central incluye elementos que inviten a la participación del público, como decisiones que afectan el desarrollo narrativo o contenido generado por los usuarios. Por otro lado, la *independencia narrativa*, aunque todos los medios están interconectados por la historia central, cada uno debe tener su propia identidad y ser capaz de funcionar de manera independiente, es decir que los usuarios pueden disfrutar de una parte de la narrativa sin necesidad de consumir todo el contenido. Y finalmente el enriquecimiento del universo narrativo, ya que la historia central actúa como un punto de partida para crear un universo narrativo más amplio. Cada medio puede explorar temas relacionados o desarrollar subtramas que complementen y amplíen la experiencia del lector o espectador (Chamba 2018).

Para contar una historia se utiliza una variedad de medios incluye la televisión, cine, cómics, videojuegos, redes sociales, podcasts entre otros. Cada plataforma debe ofrecer contenido original que complemente la narrativa. Entre las plataformas en la narrativa transmedia se puede destacar la *diversidad de medios* donde esta utiliza una amplia variedad de plataformas, cada una con características específicas que enriquecen la experiencia del usuario, las más comunes se pueden destacar el cine y televisión, donde las series y películas introducen personajes y tramas fundamentales

Dentro de la narrativa transmedia los cómics son expansiones de la historia que pueden ofrecer antecedentes o desarrollar subtramas; mediante la *interactividad y participación del público* es una característica distintiva de esta, juega un papel activo en la audiencia. Los consumidores no son solo receptores pasivos, pueden participar en el desarrollo de la historia a través de decisiones interactivas, contenido generado por usuarios y discusiones, generando experiencias complementarias que pueden incluir

narraciones adicionales o interacciones directas con los personajes (Gispert De Chia 2024).

A pesar de que cada plataforma puede ofrecer contenido único la *coherencia narrativa*, es crucial. Esto significa que los elementos presentados en un medio deben estar interconectados con los demás, crea un universo narrativo cohesivo. La historia central actúa como hilo conductor, permite que cada medio aporte su propia perspectiva sin perder el sentido global. En relación con la coherencia y continuidad hay que tomar en cuenta, aunque cada pieza puede ser disfrutada de manera independiente, todas deben mantener una coherencia narrativa que permita a los consumidores entender el conjunto de la historia, lo que permite que exista un hilo conductor (Atarama-Rojas y Menacho-Girón 2018).

La expansión del relato permite a los creadores explorar diferentes aspectos de la historia; por lo que, en un cómic se puede profundizar el trasfondo de un personaje; es importante destacar la interacción de los usuarios consumidores de la narrativa, ya que la audiencia no solo es receptora, sino que juega un papel activo en la expansión de la historia, permitiendo la inclusión de contenido desde el usuario para enriquecer la experiencia narrativa (Scolari 2013a). La narrativa transmedia busca sumergir al usuario en el universo narrativo donde la inmersión permite sentirse parte de la historia, creando un diseño detallado del mundo narrativo e inclusión de elementos que conecten con la vida real del usuario (Marín-Marín 2017).

Cada medio debe aportar algo nuevo y novedoso en la historia, por ello la expansión y profundidad ya sea a través de nuevos personajes, tramas secundarias o detalles adicionales deben ampliar el universo narrativo, fomentando así una experiencia variada para el consumidor. Un mundo narrativo bien definido y atractivo visualmente ayuda a mantener el interés de los consumidores de la narrativa; a su vez, cuando más detallado y entendible sea el entorno de la historia mayor será la conexión con los espectadores (Marín-Marín 2017).

El *feedback* y adaptación en el ecosistema transmedia permite un flujo constante de retroalimentación entre creadores y audiencia. Esta interacción puede influir en el desarrollo futuro del contenido, adaptando historias o personajes en respuesta a las preferencias y reacciones del público (Atarama-Rojas y Menacho-Girón 2018).



Figura 3. Representación de la narrativa transmedia en base a Carlos Scolari (2013). Fuente y elaboración propias

## 2. Teorías y modelos de narrativa transmedia

Se basa en una serie de teorías y modelos que explican cómo las historias pueden ser contadas y experimentadas a través de múltiples plataformas y formatos, dentro de las teorías se pueden mencionar la de la convergencia, narrativa crossmedia y la narratología postclásica. La teoría de la convergencia de Henry Jenkins, un pionero en el estudio de la narrativa transmedia, introdujo la teoría de la convergencia, describe cómo diferentes medios interactúan y se combinan para crear una experiencia narrativa más rica. La convergencia implica que el contenido fluye a través de diversas plataformas, permite a los consumidores participar activamente en el proceso narrativo (Jenkins 2008a).

Entre los elementos fundamentales claves de la narrativa transmedia está la expansión del relato, donde la historia se despliega a través de diferentes medios, cada uno aporta una nueva dimensión al relato. A su vez, la participación del público es decir los consumidores no son meros receptores ya que participan en la creación y expansión del contenido y por último la autonomía de los contenidos donde cada medio debe permitir que los usuarios disfruten de la historia de manera independiente, sin necesidad de consumir todos los formatos para entenderla (Jenkins 2008a). La figura 4 representa los elementos claves de esta teoría.



Figura 4. Representación de la teoría de la convergencia de Henry Jenkins (2013)  
Fuente y elaboración propias

El enfoque de la *narrativa crossmedia*, que utiliza múltiples formatos y plataformas para contar una historia, que a diferencia de la narrativa transmedia en la que se expande y enriquece el universo narrativo, el *crossmedia* se centra en replicar la misma historia a través de diferentes medios sin ampliar su contenido (Davidson 2010). Una de las características es la réplica de la historia, donde se cuenta con diferentes formatos (cine, tv, libros), cada medio presenta igual contenido sin ofrecer nuevas perspectivas adicionales, es decir el espectador puede consumir la historia en cualquiera de los formatos disponibles y obtendrá la misma experiencia narrativa.

La interactividad es limitada en cómo se consume el contenido, esta narrativa no busca que el usuario participe activamente en la creación o expansión de la historia, la interacción es más sobre el consumo del contenido que sobre su desarrollo; se utiliza frecuentemente como una estrategia de marketing para llegar a diferentes audiencias a través de múltiples canales, permite que un mensaje o historia se difunda ampliamente, se adapta a cada plataforma sin cambiar su esencia. A pesar de que cada medio cuenta la misma historia, estos están diseñados para ofrecer una experiencia integrada, los usuarios pueden disfrutar de contenidos con diferentes formatos, sin descuidar la historia principal para entenderla. De hecho, la narrativa *crossmedia* es un enfoque que cuenta historias a través de múltiples plataformas para replicar el mismo contenido. Aunque no ofrece la profundidad y expansión que caracteriza a la narrativa transmedia, permite alcanzar

audiencias diversas y maximizar el impacto del mensaje o historia original (Pérez Calle 2023).

### 3. Transmedia y *crossmedia*

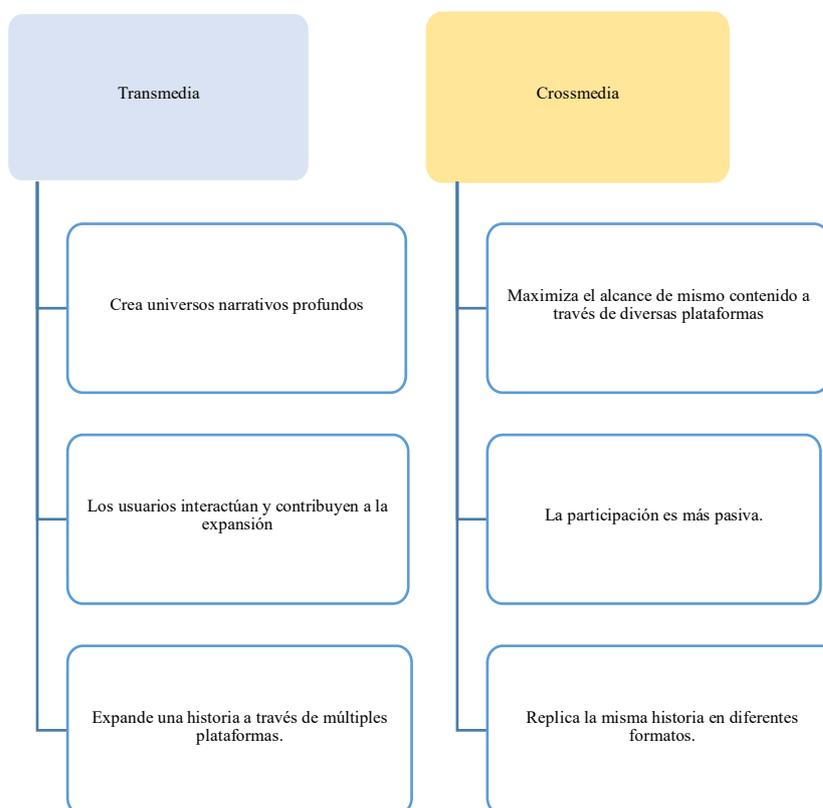


Figura 5. Diferencias entre transmedia y *crossmedia*  
Fuente y elaboración propias

Dentro de los principios transmedia se encuentra un aspecto importante que es la expansión vs. profundidad, donde para mantener el interés a largo plazo es necesario que se genere contenido significativo que mantenga el interés del público a largo plazo, es importante generar interactividad para fomentar la participación activa en diferentes formatos para utilizar diferentes medios para contar partes de la historia. El acceso también permite que cada entrada sea consumida independientemente; de hecho, la subjetividad permite explorar diferentes perspectivas a través de los personajes, mediante una no linealidad es decir consumir en cualquier orden construye de forma colaborativa involucra a la audiencia de forma creativa (Jenkins 2008a).

Por otro lado, la narratología postclásica permite examinar cómo las narrativas transmedia se alejan de las estructuras tradicionales. Se centra en conceptos como la metalepsis (interacción entre mundos narrativos) y la transtextualidad (relaciones entre

textos), lo cual permite explorar nuevas formas de contar historias que no siguen una línea temporal. La narratología postclásica representa una evolución significativa en el estudio de las narrativas, permite incorporar un enfoque más amplio e inclusivo, donde se considera tanto la estructura como el contexto cultural y social; su enfoque interdisciplinario hace énfasis en la recepción del lector, siendo esta una herramienta valiosa para analizar relatos contemporáneos en diversos medios (Sánchez y Martínez 2019).

#### **4. Estrategias de la narrativa transmedia**

Las estrategias son fundamentales para crear experiencias inmersivas y participativas que conecten a las audiencias con las historias de manera efectiva. El análisis de la historia es crucial analizar y definir la historia central antes de desarrollar una narrativa transmedia. Esto implica identificar los temas, personajes y conflictos que serán explorados a lo largo de diferentes plataformas, ya que una historia bien definida servirá como base para todas las expansiones narrativas.

La construcción de un universo narrativo detallado permite que la historia se expanda de manera coherente; este universo debe ser lo suficientemente amplio para albergar múltiples tramas y personajes, facilita la exploración en diferentes medios. Dichos medios y formatos deben ser adecuados para alcanzar los objetivos narrativos y comunicacionales. Las plataformas pueden incluir redes sociales, blogs, podcasts, aplicaciones, videojuegos, entre otros; cada formato debe ofrecer contenido original que complemente la historia (Arias y Del Campo Saltos 2024).

La interacción y participación activa es una parte integral de la narrativa transmedia; pues esto se puede lograr mediante encuestas, concursos, o contenido generado por el usuario, lo que no solo aumenta el compromiso, sino que también permite a los consumidores influir en el desarrollo de la historia. Las conexiones entre plataformas diversas es clave para una experiencia transmedia cohesiva; por ejemplo, los códigos QR que enlazan contenidos para crear eventos múltiples plataformas (Alonso y Murgia 2020 y Esteban et al., s. f.).

El contenido único para cada plataforma debe ofrecer contenido original y específico que no se repita en otros formatos, esto asegura que los usuarios encuentren valor al explorar diferentes plataformas y motive a interactuar con todas las piezas de la narrativa. La coherencia narrativa es crucial, aunque cada medio puede contar su propia parte de la historia, la interconexión debe contribuir al relato global sin contradicciones.

Las estrategias transmedia deben aprovechar técnicas de comunicación persuasiva y emocional para conectar con el público, es decir contar historias que afecten emocionalmente y fomenten un sentido de comunidad entre los seguidores. La flexibilidad, permite que la historia evolucione en respuesta a la retroalimentación del público y a los cambios en el entorno mediático, esto ayuda a mantener el interés y la relevancia del contenido a lo largo del tiempo. Al implementar estrategias puede ayudar a los creadores a construir narrativas transmedia efectivas, que no solo atraigan a las audiencias, sino que también fomenten una conexión más profunda con sus historias y personajes (Scolari 2013b).

## **5. Narrativas transmedia en la educación**

Se presenta como una estrategia pedagógica innovadora que utiliza múltiples plataformas y formatos para enriquecer el proceso de enseñanza y aprendizaje, utiliza diversos medios como videos, blogs, redes sociales, entre otros, lo que permite a los estudiantes interactuar con el contenido desde diferentes ángulos y formatos; la utilización de multimedia y multiplataformas son importantes en la educación; a su vez, la participación activa fomenta a los estudiantes, quienes no solo consumen contenido, sino que también pueden crear y compartir sus propias historias y perspectivas, convirtiéndose en co-creadores del aprendizaje (Arias y Del Campo Saltos 2024). Al involucrar a los estudiantes en un universo narrativo expansivo, se crea una experiencia inmersiva de aprendizaje más envolvente, que puede captar su atención de manera efectiva, siendo esta flexible y personalizada, adapta el contenido a los intereses y ritmos de aprendizaje de cada estudiante, esto ofrece una experiencia educativa personalizada y diferente (Lantorno 2022).

La narrativa transmedia en la educación fomenta la curiosidad y motivación, donde el utilizar técnicas de *storytelling* puede hacer que el aprendizaje sea más atractivo y relevante para los estudiantes, estimulando su interés. El desarrollo de habilidades críticas invita a los estudiantes a analizar y reflexionar sobre diferentes perspectivas que dentro de una misma historia promueven el pensamiento crítico. En la alfabetización digital el trabajo colaborativo entre estudiantes, es importante ya que se requiere la colaboración en proyectos que pueden abarcar múltiples disciplinas y formatos; esto permitirá innovar y ayudar a estudiantes a desarrollar competencias digitales necesarias para navegar y crear contenido, en un mundo que se interconecta cada vez más. Ofrece un enfoque dinámico y participativo para la educación, transforma el rol del estudiante

en un actor activo dentro del proceso educativo. Su implementación puede enriquecer las experiencias de aprendizaje, haciéndolas más relevantes y atractivas para las nuevas generaciones (Alonso y Murgia 2020 y Esteban et al., s. f.). La figura 6 representa como la narrativa transmedia se puede implementar en el aula con sus diferentes plataformas.



Figura 6. Narrativa transmedia en educación e implementación en el aula  
Fuente y elaboración propias

## 6. El cómic como herramienta de comunicación como estrategia transmedia

El cómic se ha consolidado como una herramienta de comunicación versátil y efectiva en diversos contextos, desde la educación hasta la publicidad y el periodismo (Díaz de Guereñu 2014). El cómic en la educación se ha convertido en una herramienta de gran valía para fomentar el aprendizaje y la creatividad en los estudiantes, ofrece múltiples beneficios que abarcan desde el desarrollo de habilidades lingüísticas hasta la promoción de la empatía y el pensamiento crítico. Al combinar texto e imágenes facilita la comprensión de conceptos complejos, esta interacción visual ayuda a seguir la narrativa e inferir significados mejora las habilidades de lectura; a su vez, permite expresar la imaginación, estimula la creatividad, ya que elabora historias propias que desarrollan habilidades narrativas y artísticas, lo que puede resultar en un aprendizaje más dinámico y divertido (Rodrigo Segura, Méndez Cabrera, y Fajkisová 2023).

La lectura de cómics introduce a los estudiantes a nuevas palabras y conceptos en un contexto accesible, los diálogos breves y concisos, junto con las imágenes, ayudan a

los lectores a deducir el significado de términos desconocidos, facilita el aprendizaje del vocabulario. Genera habilidades sociales y el trabajo, este enfoque cooperativo puede mejorar la comunicación y la cohesión; por otro lado, el desarrollo del pensamiento crítico es importante ya que los cómics pueden abordar temas complejos y actuales, permite a los estudiantes reflexionar sobre cuestiones sociales, éticas y culturales, facilita de igual manera el aprendizaje interdisciplinario; ya que puede utilizarse para enseñar diversas áreas del conocimiento (Ayers y Tanner 2017).

El cómic se utiliza como recurso didáctico para facilitar la enseñanza y la transmisión de conocimientos. Su capacidad para combinar texto e imágenes permite abordar temas complejos de manera accesible y atractiva para estudiantes de diferentes edades. Por ejemplo, se han desarrollado cómics educativos que explican conceptos históricos o científicos, lo que ayuda a los alumnos a comprender mejor el contenido. Además, la creación de cómics por parte de los estudiantes fomenta la reflexión sobre temas sociales y promueve la empatía hacia diversas realidades (Ayers y Tanner 2017).

Los cómics se han empleado para transmitir información sobre divulgación cultural, donde hace que el aprendizaje sea más dinámico y conecta a las comunidades con su herencia cultural, son formatos visuales que facilitan la comprensión de conceptos complejos es útil para atraer las audiencias, donde se permite la educación y concienciación de temas culturales donde se refleja y explora identidades culturales específicas que fomentan el orgullo de una comunidad. El uso del humor y la narrativa en los cómics permite que el aprendizaje sea más ameno, impulsa el pensamiento crítico y provoca reflexiones sobre temas contemporáneos mediante narrativas gráficas que permite explorar contradicciones y problemáticas culturales de manera accesible (Salinas 2023).

En el ámbito publicitario, marketing y periodismo, el cómic se ha utilizado para captar la atención de diversos públicos mediante narrativas visuales entretenidas. Personajes icónicos han sido empleados en campañas publicitarias para promocionar productos, donde se aprovecha su reconocimiento. Esta estrategia no solo informa al consumidor, sino que también crea una conexión emocional con la marca. Por otro lado, el cómic periodístico ha emergido como un formato innovador que combina reportajes gráficos con narrativas visuales. Este enfoque permite contar historias complejas de manera más accesible, especialmente en situaciones donde las imágenes tradicionales no son suficientes. El uso del cómic en el periodismo puede ayudar a atraer a audiencias más jóvenes y a transmitir información crítica de manera efectiva (García Avilés 2024).

El cómic en el periodismo representa una evolución significativa en la forma en que se presentan las noticias. Su capacidad para fusionar creatividad y rigor informativo permite abordar temas complejos de manera accesible y atractiva, fomenta una mayor conexión con el público. A medida que esta forma de narración continúa en desarrollo, es probable que su influencia en el periodismo moderno crezca y ofrezca nuevas oportunidades para contar historias relevantes en nuestra sociedad (Hidalgo 2016).

El cómic se ha consolidado como una herramienta poderosa de comunicación donde se combina la creatividad con efectividad informativa, que aborda una amplia gama de temas que atrae a diversos públicos, se ha convertido en un recurso valioso en educación, publicidad y divulgación cultural. A la par de la evolución de nuevas tecnologías, el uso se expande aún más en diferentes contextos comunicativos. La accesibilidad que facilita la comprensión de información compleja, hace accesible a personas con diferentes niveles de alfabetización. Las narrativas visuales son más atractivas y pueden captar mejor la atención del público. Puede adaptarse a diversos contextos y esta actividad fomenta la creatividad, estimula el pensamiento creativo y crítico entre los creadores (López-Prados y Saez-de-Adana 2023).

Ha dejado de ser un formato meramente recreativo para convertirse en una herramienta dentro de las narrativas transmedia. En el ámbito de la comunicación, la educación, el cómic contribuye a la expansión de universos narrativos a través de múltiples plataformas, dialogando con otras formas como el cine, la animación, los videojuegos y los libros digitales. Ofrece una combinación de texto e imagen que lo convierte en un medio ideal para complementar y expandir las narrativas de origen audiovisual o literario, Henry Jenkins (2006) introdujo el concepto de narrativa transmedia como un proceso en el cual los elementos de una historia se dispersan sistemáticamente a través de múltiples plataformas, donde cada medio hace una contribución única al conjunto.

Autores como Scott McCloud (1993) han destacado la capacidad del cómic para comunicar ideas complejas de manera accesible, aprovechando la secuencialidad y el uso del espacio visual. Esta característica lo posiciona como un recurso eficaz dentro de las estrategias transmedia. Se han multiplicado los estudios y las experiencias que abordan el cómic como dispositivo transmedia, investigaciones como las de Scolari (2020) y Ana M. Hernández-Pérez (2019) han analizado cómo los cómics sirven como "nodos narrativos" que expanden universos ficcionales (por ejemplo, Star Wars, Marvel) o como herramientas para la alfabetización mediática y comunicación científica.

En América Latina, se observan propuestas innovadoras, como el proyecto "Viñetas de la Memoria" en Argentina, donde se usaron cómics para narrar historias de derechos humanos conectadas con series documentales y archivos digitales. Por otro lado, el uso de cómic en estrategias educativas en Colombia y México, como parte de ecosistemas transmedia que incluyen videos, apps y redes sociales, con enfoque en la educación intercultural y la prevención de violencia.

Entre las ventajas del cómic dentro de las narrativas transmedia se encuentra la adaptabilidad mismo que puede abordar temas complejos desde el humor, la crítica o el drama, permitiendo múltiples niveles de lectura, el Bajo costo de producción comparado con el audiovisual, los cómics requieren menos recursos, lo que facilita su inclusión en proyectos independientes o académicos, la accesibilidad visual, es altamente atractivo para públicos jóvenes, que valoran la estética y la inmediatez y tiene un potencial educativo y crítico que puede ser usado para reconstruir memorias colectivas, visibilizar problemáticas sociales y fomentar la participación.

Los retos actuales son en la Falta de profesionalización en el uso académico del cómic, la resistencia institucional que puede existir a su incorporación como recurso serio en investigaciones y proyectos formales y la necesidad de integración efectiva con otras plataformas.



Figura 7. El cómic como herramienta de comunicación como estrategia transmedia  
Fuente elaboración en ChatGPT

## Capítulo segundo

### El cómic y los libros digitales

Will Eisner establece que los cómics pueden transmitir ideas y emociones de manera eficiente a través de símbolos visuales, utilizando un menor número de elementos para contar la historia; es por ello, que se propone la inclusión de la mascota PUMI como cómic en libros digitales con un lenguaje propio de la institución (Eisner y Inge 2011).

El contar nuevas historias de forma diferente establece una conexión diversa con la humanidad. Stan Lee, cocreador de personajes como Spider-Man, Hulk entre otros, considera que el cómic forma parte de un arte accesible para todo el mundo, dichas historias pueden ser leídas por personas de cualquier edad y en cualquier contexto; en las historias que todos hemos visto en algún momento, se han introducido al mundo del cómic personajes con defectos y problemas cotidianos que presentan dudas, desafíos personales y morales; de hecho, mediante los cómics se puede promover el entendimiento y diversidad de forma significativa (Raphael y Spurgeon 2003).

Por otro lado, los enfoques literarios como los de Alan Moore, que es una de las figuras de la industria de los cómics, los veía como un arte y potencial crítico, que combinan los elementos visuales y textuales, explica que los cómics no son solo simplemente para un entretenimiento infantil, sino que son capaces de abordar diferentes temas como políticos, filosóficos y psicológicos. Al cómic se lo ve como un acto de magia en su creación ya que tienen la capacidad de transformar la realidad y alterar la percepción del lector; se explora nuevas fronteras narrativas y artísticas que se alejan de las convenciones comerciales y del entretenimiento superficial (Di Liddo 2009).

El cómic a más de ser una expresión es una forma de comunicación de masas en la que se pueden distinguir contenidos, que incluyen estilos pictóricos desde el dibujo más realista hasta la abstracción. Como narración escrita, no difiere de lo que puede ofrecer un libro o texto, pero sustituye la descripción que en lo literario quedarían a la imaginación del lector (Aguirre Román y Villamizar Meza 2017). La narración de diversos tipos de historia permite crear, experimentar y analizar en profundidad su significado; de hecho, Joaquín Salvador Lavado Tejón asociado con Mafalda, popularmente conocido como Quino, poseedor de un humor tierno pero reflejado en dibujos meticulosos, miraba al cómic como medio eficaz para transmitir una crítica social

y política que hace del humor una reflexión y conciencia (Aguirre Román y Villamizar Meza 2017).

Se reconoce la importancia del cómic como un medio cultural significativo que analiza desde una perspectiva académica y crítica; por ello Umberto Eco considera una manifestación de la cultura contemporánea; es una forma de lenguaje en la que los códigos visuales y verbales trabajan juntos para transmitir significados, refleja valores y tensiones de la sociedad moderna donde se puede realizar un estudio semiótico único con su propia gramática visual y textual (Lavado Tejón 2007).

La historia en el cómic se despliega en viñetas a través de múltiples plataformas mediáticas, cada espacio se genera mediante una pieza del rompecabezas narrativo, en el contexto de la narrativa transmedia, Carlos Scolari sostiene que cada plataforma aporta un elemento único a la experiencia narrativa global. El cómic no solo es una forma de contar historias gráficamente, sino también una plataforma fundacional para expandir universos narrativos. Desde su lenguaje visual-narrativo, el cómic ofrece una base flexible y poderosa para el desarrollo de una narrativa transmedia.

La narrativa en un cómic puede expandirse en diferentes plataformas, cada una aportando contenido original y complementario, la multiplicidad de soportes permite que los usuarios se sumerjan de manera profunda en el universo creativo creado, permitiendo acceder a diferentes perspectivas, formatos y niveles de participación. Con la convergencia digital y el avance de las tecnologías interactivas, las narrativas tradicionales han evolucionado hacia formas más complejas y fragmentadas, donde la historia ya no se cuenta de forma lineal ni desde una sola voz. Actualmente, cada medio como es el caso de un cómic digital no repite el contenido, sino que lo complementa, ampliando el relato general y ofreciendo nuevas vías de interpretación (Scolari, Lugo Rodríguez, y Masanet 2019).

En el ecosistema transmedia los públicos no solo consumen contenido, sino que también interactúan, reinterpretan y crean nuevas extensiones de la historia. Este fenómeno es especialmente evidente en las comunidades digitales donde se comparten *fanfictions*, se crean teorías, se desarrollan memes narrativos o incluso se generan experiencias inmersivas en plataformas colaborativas. El rol de las audiencias se redefine, ya no se trata simplemente de seguir una historia, sino de participar activamente en su desarrollo y expansión. Este tipo de narrativa se adapta perfectamente a la era digital, donde el acceso a múltiples plataformas y la cultura de la participación son elementos clave. En síntesis, las narrativas transmedia representan una fusión entre tecnología,

cultura participativa y creatividad colectiva, donde cada plataforma y cada usuario contribuyen a la riqueza del relato (Scolari, Lugo Rodríguez, y Masanet 2019).

Las expansiones transmedia del cómic en libros digitales (ebook o libro interactivo) ofrece múltiples herramientas para insertar y conectar contenido transmedia; el cómic es una forma de narrativa visual que combina imágenes y texto para contar historias de manera secuencial, los elementos del cómic como las viñetas en el ejemplo que se muestra en la figura 8 son los recuadros o cuadros que contienen las ilustraciones y el texto. Cada viñeta representa un momento específico de la historia y su disposición en la página establece el ritmo narrativo, estas indican el paso del tiempo y la secuencia de eventos.

- La viñeta rectangular clásica cuya forma es un rectángulo o cuadro regular, su uso es para flujo de lectura lineal y ordenado, misma que es ideal para una narración cronológica, escenas neutras o explicativas.
- Las viñetas flotantes sin marco se funden con el fondo, su uso es en escenas de recuerdos y emociones intensas o libertad visual; se muestra que no hay límites en la escena.
- La viñeta irregular o rota con bordes irregulares, rotos y angulados, representa caos, acción intensa, emociones fuertes; son ideales para peleas, accidentes y momentos de impacto.
- La viñeta panorámica de forma ancha y baja (horizontal) muestra escenarios donde se establecen contextos, se lo usa para cambios de lugar o ambientación.
- Las viñetas apiladas (verticales), permite crear un ritmo acelerado, muestra una progresión rápida, permite generar pensamientos, movimientos, decisiones consecutivas.
- La viñeta de pensamiento / flashback con bordes nublados, ondulados o nubes, muestra recuerdos y pensamientos internos o dudas, permite introducir introspección.
- La viñeta dividida o compartida muestra contraste o simultaneidad, es ideal para comparar lo que hace un personaje mientras el otro actúa.
- Las viñetas diagonales / inclinadas cortadas en diagonal, permite aumentar la tensión, dramatismo y desequilibrio visual, ideal para escenas de acción o conflicto.

Por último, los globos de diálogo reflejado en la figura 9 y onomatopeyas figura 10 también juegan un papel visual clave y deben armonizar con el estilo de viñeta para reforzar el mensaje (gritos, susurros, sonidos, entre otros). Estos géneros de viñetas forman la base sobre la cual se construyen las narrativas en los cómics, permite a los creadores experimentar con diferentes estilos y enfoques para contar sus historias de manera efectiva (Pintor Iranzo 2018; Asión Suñer y Gracia Lana 2024).

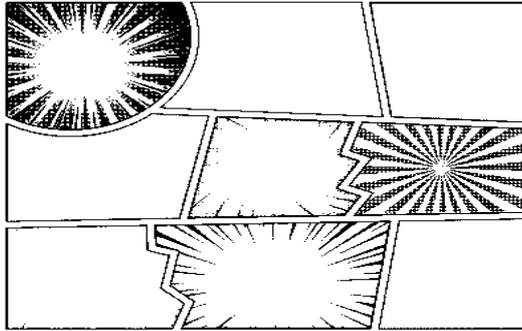


Figura 8. Ejemplo de viñetas que permiten aumentar la tensión  
Fuente: **Freepik (2024)**

Los paneles que son las divisiones dentro de una página de cómic que agrupan viñetas; pueden variar en tamaño y forma, lo que influye en la percepción del tiempo y la acción.

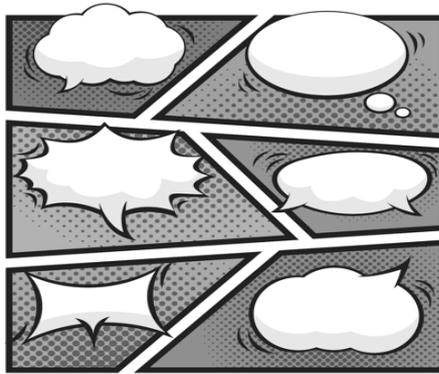


Figura 9. Ejemplo Globos de diálogo  
Fuente: **Freepik (2024)**.

Las cartelas o cartuchos son recuadros que proporcionan información adicional o contexto sobre la historia, a menudo se utilizan para narrar eventos que no se muestran directamente en las viñetas.



Figura 10. Onomatopeyas  
Fuente: **Freepik (2024)**

Líneas cinéticas mostradas en la figura 11 indican movimiento y acción, ayuda a representar dinámicas corporales o la trayectoria de objetos en movimiento.



Figura 11. Líneas que muestran movimientos  
Fuente: **Freepik (2024)**

Los símbolos e íconos representados en la figura 12 son elementos visuales que representan estados emocionales o situaciones específicas, como estrellas sobre la cabeza de un personaje para indicar confusión o líneas alrededor de un personaje para mostrar movimiento.



Figura 12. Elementos que representan emociones  
Fuente: **Freepik (2024)**.

Los planos representados en la figura 13 se refieren al recorte visual de un personaje o escena, mientras que el ángulo indica la perspectiva desde la cual se presenta

la acción. Ambos elementos afectan cómo se percibe la historia (Pérez 1997 y Gil González 2012).

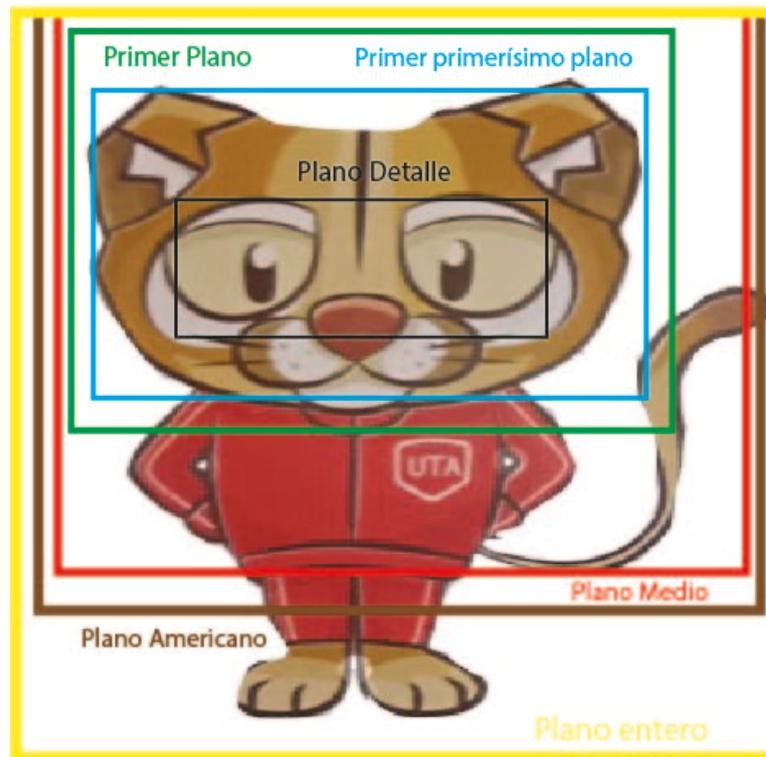


Figura 13. Planos de la imagen presentados en la propuesta  
Fuente y elaboración propias.

### 1. Géneros y estilos del cómic viñetas o video

Los géneros del cómic y sus tipos de viñetas son aspectos fundamentales que determinan cómo se cuenta una historia y cómo se presenta visualmente. Los superhéroes es uno de los géneros más populares, caracterizado por personajes con habilidades extraordinarias. Temas de justicia, moralidad y sacrificio son comunes, entre los más conocidos encontramos a Superman, Batman y Spider-Man. Los de Ciencia ficción y fantasía, estos exploran mundos imaginativos, desde futuros distópicos hasta reinos mágicos, entre los más destacados se tiene a “Saga” y “Sandman”.

El género de horror y misterio busca provocar miedo y tensión en el lector, a menudo presenta elementos sobrenaturales o criminales, entre ellos se encuentra “30 Días de Noche” y “Hellboy”. Otro de los cómics es el romántico o sentimental, mismo que se centra en relaciones amorosas y conflictos emocionales, atrae a un público joven. Historias sobre enamoramientos y desavenencias son comunes. El cómic policiaco también conocido como cómic negro, aborda temas de criminalidad e investigación, explora entornos sociales corruptos.

El Cómic histórico Basado en eventos reales, este género incluye subgéneros como historietas bélicas o del Oeste. El cómic erótico o pornográfico Enfocado en temas sensuales y sexuales, ha ganado popularidad en años recientes, el cómic infantil diseñado para un público joven, incluye historias aventureras y humorísticas que pueden ser disfrutadas por todas las edades y por último el cómic educativo diseñado con la intención principal de enseñar, explicar o sensibilizar sobre un tema específico, combinando información + narrativa visual + entretenimiento.

En la figura 14 se presenta un resumen de algunos géneros del cómic con su respectiva descripción y ejemplos

Género	Descripción	Ejemplos
 Superhéroes	Luchas entre el bien y el mal, poderes, justicia	<i>Spider-Man, Batman</i>
 Ciencia ficción	Futuro, tecnología, viajes espaciales	<i>Akira, Valérian</i>
 Fantasía	Magia, criaturas, mundos imaginarios	<i>Bone, Fábulas</i>
 Humor / Satírico	Chistes, crítica social, ironía	<i>Mafalda, Condorito</i>
 Misterio / Policial	Investigación, crimen, detectives	<i>Blacksad, Sin City</i>
 Romance / Drama	Emociones, relaciones humanas	<i>Nana, Heartstopper</i>
 Psicológico / Filosófico	Introspección, crítica, pensamiento profundo	<i>Watchmen, Monster</i>
 Terror	Miedo, horror sobrenatural o psicológico	<i>Uzumaki, Wytches</i>
 Educativo / Didáctico	Enseñanza de valores, ciencia, historia	<i>Persepolis, Economix</i>
 Aventura / Acción	Viajes, exploraciones, batallas	<i>Tintín, One Piece</i>
 Slice of Life	Vida cotidiana, adolescencia, escuela	<i>Blue Period, Daytripper</i>
 Histórico / Biográfico	Hechos reales o personas famosas	<i>Maus, Fun Home</i>

Figura 14. Géneros del cómic  
Fuentes y elaboración propia

En la figura 15 se resumen diferentes estilos del cómic con su descripción y ejemplos

Estilo	Descripción	Ejemplos / Influencia
 Manga	Estilo japonés, lectura oriental, expresividad marcada	<i>Naruto, One Piece</i>
 Cómics occidentales (mainstream)	Trazos fuertes, colores vivos, viñetas dinámicas	<i>DC Comics, Marvel</i>
 Indie / Alternativo	Trazos libres, estilos personales, temáticas sociales o artísticas	<i>Adrian Tomine, Craig Thompson</i>
 Bande dessinée (franco-belga)	Dibujo detallado, colores planos, narrativa literaria	<i>Tintín, Asterix</i>
 Cómics digital / Webcómic	Estilo adaptado a pantallas, lectura en scroll o tap	<i>Sarah Andersen, Webtoon</i>
 Minimalista / Experimental	Uso de pocos elementos visuales, enfoque conceptual	<i>Understanding Comics, cómics de Liniers</i>
 Realista	Dibujo detallado, proporciones naturales	<i>Blacksad, From Hell</i>
 Caricaturesco	Estilo exagerado, humorístico o satírico	<i>Condorito, Calvin y Hobbes</i>

Figura 15. Estilos del cómic  
Fuentes y elaboración propia

En los cómics, la interactividad es una de las características que permiten al lector tomar decisiones que afectan el desarrollo de la historia, el *web cómic* propuesto incluye elecciones sobre el camino narrativo e interacciones, a su vez, los elementos multimedia incorporan audio, animaciones y efectos visuales que enriquecen la experiencia narrativa, este puede incluir música de fondo, efectos de sonido y animaciones que dan vida a las viñetas. La narración es dinámica a diferencia de los cómics tradicionales mismos que son estáticos, el web cómic puede presentar la historia de manera más fluida, utiliza transiciones y movimientos para guiar al lector a través de la narrativa. La accesibilidad, este formato puede ser más accesible para personas con dificultades de lectura, ya que combina texto con elementos visuales y auditivos que facilitan la comprensión.

## 2. Cómics digital y nuevas tecnologías

El cómic digital ha transformado la forma de creación, distribución y consumo de historietas gracias a los adelantos tecnológicos, es por ello que el formato digital presentados como JPEG, PNG, y a veces en formatos menos comunes como TIFF o GIF, los archivos mencionados permiten ser leídos en dispositivos como computadoras, tabletas y teléfonos móviles. A diferencia de los cómics impresos, los cómics digitales

pueden incluir elementos interactivos como animaciones, efectos de sonido y enlaces a contenido adicional donde se enriquece la experiencia del lector y ofrece nuevas posibilidades narrativas. El formato digital permite que las viñetas se dispongan verticalmente, facilita una lectura continua de arriba hacia abajo, lo que se adapta mejor a las pantallas de dispositivos móviles, es decir se tiene un *scrolling* infinito. La digitalización ha ampliado el alcance de los cómics, permite que estén disponibles en línea para su descarga instantánea, por lo que facilita el acceso a una variedad más amplia de títulos y géneros.

Las herramientas digitales y las plataformas de auto publicación han permitido que cualquier persona pueda crear y distribuir su propio cómic. Esto ha dado lugar a una mayor diversidad de historias y estilos en la industria permite democratizar la creación de los cómics. Los cómics digitales ocupan menos espacio físico al estar almacenados en dispositivos electrónicos, lo que facilita su distribución y almacenamiento; por otro lado, no solo se limita a replicar el formato impreso; también explora nuevas formas de contar historias. La integración de audio y video puede complementar la experiencia de lectura, ofrece un enfoque más inmersivo. Algunos cómics digitales permiten al lector elegir diferentes caminos narrativos o finales, lo que fomenta una interacción más profunda con la historia; de hecho, las plataformas digitales permiten que varios creadores colaboren simultáneamente en un mismo proyecto desde diferentes ubicaciones geográficas.

### **3. El cómic en la narrativa transmedia**

El cómic desempeña un papel fundamental en la narrativa transmedia, actúa como un medio clave para expandir historias y universos narrativos a través de múltiples plataformas. El cómic frecuentemente sirve como punto de partida para la creación de mundos transmediales. Por ejemplo, la serie “Civil War” de Marvel comenzó como un cómic y se expandió a través de películas, videojuegos y series de televisión, crea un ecosistema narrativo complejo que permite a los personajes y tramas desarrollarse en múltiples formatos. Esto ilustra cómo el cómic puede establecer la base para historias que luego se amplían y enriquecen en otros medios (Atarama-Rojas y Menacho-Girón 2018).

La narrativa transmedia implica que cada medio utilizado ya sea cine, televisión, videojuegos o cómics aporte algo único a la historia general. Por ejemplo, en el caso de Marvel, los cómics no solo cuentan historias propias, sino que también complementan y enriquecen las tramas presentadas en sus películas y series. Esta interconexión permite

que los consumidores experimenten la narrativa desde diferentes perspectivas y formatos (Cook 2024).

La narrativa transmedia fomenta la participación activa del público, quienes pueden interactuar con los contenidos y contribuir a su expansión. Los cómics permiten a los lectores involucrarse más profundamente con los personajes y las historias, crea una comunidad de fans que generan contenido adicional como *fanfiction* o arte inspirado en las obras originales, esta dinámica transforma al consumidor en un prosumidor, quien no solo consume, sino que también crea y comparte. Los cómics pueden ser parte de una estrategia más amplia que incluye diversos formatos como aplicaciones móviles, redes sociales, entre otros. Esto permite que las historias se cuenten de manera más rica y variada, utiliza cada medio para resaltar diferentes aspectos de la narrativa (Atarama-Rojas y Menacho-Girón 2018).

#### **4. Libros digitales para presentar el cómic**

Dentro de la propuesta de la narrativa transmedia mediante cómic una de las formas de presentación son los libros digitales. Donde la transición del texto impreso a lo digital y las tecnologías digitales que han remodelado la comprensión de la escritura y la lectura, se destaca el hipertexto como una nueva forma de estructurar la información en los libros digitales, donde el lector puede interactuar y navegar no solo de forma lineal. La escritura digital redefine el concepto de autoría y lectura, al involucrar al lector como un agente activo, ya que puede explorar la información de forma personalizada, rompe las limitaciones impuestas por el formato impreso tradicional (Hernández 2006).

Las formas de atención y comprensión en las lecturas digitales se examina el impacto de la tecnología digital en los hábitos de lectura y el procesamiento de información, la lectura en línea tiende a promover un tipo de lectura más superficial y fragmentada en comparación con los libros impresos. El acceso a enlaces, hipervínculos y la posibilidad de saltar de un texto a otro pueden interrumpir la atención y reducir la capacidad de concentrarse en una sola narrativa. Los lectores digitales tienden a recordar menos detalles y conceptos que aquellos que leen en formato impreso, en parte porque la lectura en pantallas puede ser más agotadora para el cerebro ya que existen hábitos cognitivos (Carr 2015).

Los libros digitales son mediadores entre el lector y la información, no son simplemente versiones electrónicas, sino reconfiguran la experiencia de lectura a través de su estructura hipertextual y la integración con otros medios digitales, lo que modifica

el consumo, acceso y comprensión de las personas ante la información. Por otro lado, Gitelman establece que los libros digitales democratizan el acceso al conocimiento al estar disponibles en línea y al ser fácilmente distribuibles en diversas plataformas, sin embargo existen desafíos como el acceso a la tecnología, preservación digital y problemas de derechos de autor y propiedad intelectual (Maldonado y Rossi 2023).

Como antecedentes a la creación de libros digitales con estrategias transmedia se tiene un claro ejemplo en la Biblioteca Nacional de Colombia, donde se encuentra una biblioteca digital que permite leer, escuchar y ver colecciones audiovisuales y gráficas, dichas colecciones están en las diferentes áreas del conocimiento para su difusión (Biblioteca Nacional de Colombia 2024).

De igual manera, existen trabajos de investigación artículos sobre la creación de libros digitales con elementos inmersivos, con Realidad Aumentada en especial en la medicina. Así mismo, es importante destacar los conceptos de marketing digital, redes sociales y narrativas transmedia, con la finalidad de entenderlos y establecer de manera sencilla y clara la relación teórica y práctica entre los mismos, para luego de la producción del libro se pueda promocionarlo y distribuirlo por ejemplo en la Web todos los recursos que han cobrado vigencia y protagonismo en el espacio digital. En la figura 19 se visualiza una imagen de como se ha creado el libro digital en formato epub para la lectura en diferentes medios.

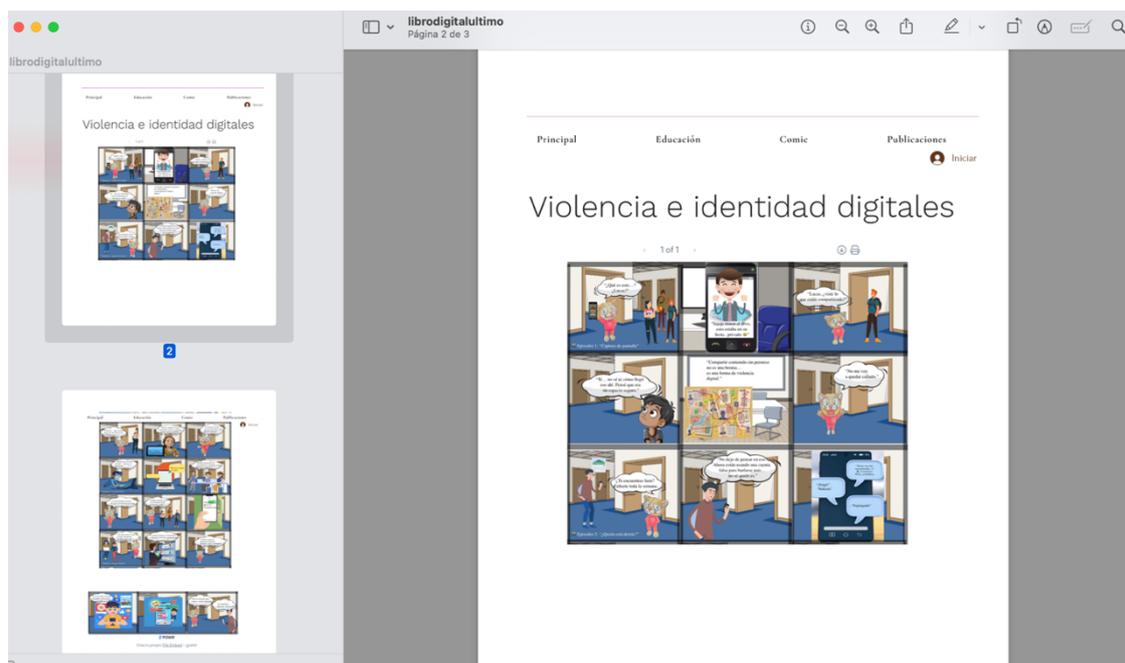


Figura 16. Libro digital creado en Adobe InDesign Fuente y elaboración propias.

Los libros digitales presentan en una variedad de formatos y tipos, cada uno con características específicas que los hacen adecuados para diferentes propósitos y plataformas.

- Los libros multimedia e hipermedia, incorporan elementos como audio, video, animaciones e imágenes interactivas, ideales para materiales educativos y libros para niños, donde la interacción enriquece la experiencia del lector organizados de manera no lineal. Permiten al lector navegar a través del contenido de forma interactiva, elige su propio camino a través de la información.
- Los libros electrónicos inteligentes utilizan inteligencia artificial para personalizar la experiencia del usuario, se adapta a sus preferencias y comportamientos de lectura; así mismo, los libros parlantes contienen narraciones en audio que acompañan al texto escrito, facilita la accesibilidad para personas con dificultades visuales o para aquellos que prefieren el formato auditivo, por otro lado los libros de imagen estática se centran en la presentación de imágenes fijas, como cómics o novelas gráficas, donde la ilustración es fundamental para la narrativa.

El uso de telecomunicaciones ofrece características especiales de acceso a recursos digitales de forma remota o participación en teleconferencias, estos libros llamados Telemedia permiten participar en teleconferencias (Cordón García et al. 2014) (Vázquez Cano y Sevillano García 2015). Es el formato más popular y flexible para libros electrónicos es el EPUB, compatible con una amplia gama de dispositivos. Permite la inclusión de multimedia y se adapta al tamaño de pantalla del dispositivo. El formato PDF (*Portable Document Format*) mantiene el diseño fijo del documento, ideal para manuales técnicos y documentos gráficos. Es ampliamente compatible con todos los dispositivos. El formato MOBI, originalmente utilizado por dispositivos Kindle, aunque ha caído en desuso frente a otros formatos más modernos como AZW3; este formato es específicos de Amazon que ofrecen funcionalidades avanzadas y son compatibles principalmente con dispositivos Kindle. Por otro lado, el formato CBR/CBZ utilizado comúnmente para cómics digitales; almacenan páginas individuales en archivos comprimidos y son ideales para libros con muchas imágenes (Quintana 2023 y Quintana 2022).

En los libros digitales el hipertexto es un concepto fundamental en la creación y organización de libros digitales, ya que permite una estructura no lineal que facilita la navegación y la interacción del lector con el contenido. Este tiene una estructura no lineal, a diferencia de los textos tradicionales que siguen un orden secuencial, el hipertexto permite a los lectores saltar entre diferentes secciones o documentos mediante enlaces (hipervínculos), brinda una experiencia de lectura más flexible y personalizada. La interactividad es requerida por el hipertexto ya que demanda la acción del usuario para navegar a través de los enlaces, lo que fomenta una participación activa en el proceso de lectura. Esta interactividad puede incluir la selección de temas de interés y el acceso a información adicional; a su vez, la multimedia incluida en los hipertextos pueden incluir no solo texto, sino también imágenes, videos y sonidos, enriquece la experiencia del lector y ofrece un contexto más amplio para la información presentada.

La conectividad donde cada enlace en un hipertexto conecta a otras partes de la red, lo que permite al lector explorar información relacionada y ampliar su comprensión sobre un tema específico; por otro lado, la reusabilidad y extensibilidad donde, los hipertextos pueden ser utilizados múltiples veces y permiten que los autores amplíen el contenido con nuevos enlaces y recursos a medida que se desarrolla la información. Los libros digitales educativos utilizan el *hipertexto* para proporcionar recursos adicionales, como definiciones, ejemplos o lecturas complementarias, esto facilita un aprendizaje profundo y autónomo por parte de los estudiantes. La literatura Hipertextual, en la narrativa literaria, el hipertexto permite a los autores crear historias que pueden ser leídas de múltiples maneras, depende de las elecciones del lector; genera experiencias narrativas únicas y personalizadas (Moralejo Alvarez 2004).

Las referencias rápidas son importantes en los libros digitales ya que pueden incluir enlaces a materiales de referencia, permite que los lectores accedan fácilmente a información complementaria sin interrumpir su flujo de lectura principal. El hipertexto permite tener un mayor control para el lector, ya que otorga al lector la libertad de decidir su propio camino a través del contenido, lo que puede aumentar el interés y compromiso con el material. De hecho, el contexto es rico en información, admite a los autores navegar en un contexto más amplio alrededor de las ideas principales, facilita a una comprensión más profunda y matizada de los temas tratados, mediante una fácil navegación donde, la estructura hipermedia hace que sea más fácil para los lectores encontrar información específica rápidamente, mejora la eficiencia en la búsqueda de datos relevantes (Díaz Noci 2001; Landow 2009; Chartier y Scolari 2019).

Los lectores y dispositivos para libros digitales han evolucionado significativamente, ofrece diversas opciones para satisfacer las necesidades de los lectores. El lector digital de Libros Electrónicos (*e-Readers*) están diseñados específicamente para la lectura de libros digitales y utilizan pantallas de tinta electrónica (*E-Ink*), que imitan la apariencia del papel y son más agradables a la vista que las pantallas LCD.

- Kindle fabricado por Amazon, es uno de los *e-readers* más conocidos. Ofrece varios modelos, como el *Kindle Paperwhite*, que cuenta con iluminación ajustable y resistencia al agua y el Kindle Oasis, que tiene una pantalla más grande y características avanzadas como luz cálida ajustable.
- Kobo es otra opción popular, con modelos como el Kobo Libra 2, que incluye conectividad Bluetooth para audiolibros y una pantalla rápida. Los dispositivos Kobo también son compatibles con *OverDrive*, lo que facilita el préstamo de libros de bibliotecas. Otro lector es Tolino menos conocido pero eficiente, que permite la lectura de varios formatos y tiene un diseño ligero.
- Los *Smartphones* o teléfonos móviles son otra opción para leer libros digitales, las aplicaciones como Kindle y Libby permiten acceder a una amplia gama de títulos desde cualquier lugar. Sin embargo, las pantallas pequeñas pueden no ser tan cómodas para lecturas prolongadas. Por otro lado, las computadoras tanto de escritorio como las portátiles pueden utilizarse para leer libros digitales a través de aplicaciones o navegadores web. Esto es útil para acceder a contenido en línea o documentos PDF.

La mayoría de los *e-readers* utilizan tecnología *E-Ink*, que reduce la fatiga visual y permite una lectura similar al papel. Una de las características principales es la conectividad ya que muchos dispositivos ofrecen conexión Wi-Fi o Bluetooth para descargar libros directamente o acceder a bibliotecas digitales, y la capacidad de almacenamiento, lo que facilita llevar una biblioteca completa en el bolsillo (WIRED 2023; Vázquez Cano y Sevillano García 2015; Meneses 2018).

## **5. El impacto de los libros digitales en la lectura y la educación**

El impacto de los libros digitales en la lectura y la educación han sido significativos, donde la digitalización ha transformado las prácticas educativas y de lectura, es importante destacar la accesibilidad y portabilidad, ya que los libros digitales

son fácilmente accesibles desde diversos dispositivos como tabletas, smartphones y computadoras. Esto permite a los estudiantes llevar una biblioteca completa en su bolsillo, facilita el acceso a una amplia gama de textos en cualquier momento y lugar. Además, suelen ser más económicos que los libros impresos, lo que permite a las instituciones educativas invertir en otros recursos electrónicos (Santos Díaz et al. 2024; Hernández Sierra et al. 2024). Los libros digitales ofrecen elementos interactivos como videos, audios y enlaces que enriquecen la experiencia de lectura. el uso de gráficos y elementos visuales puede facilitar la explicación de conceptos complejos. A diferencia de los libros impresos, los libros digitales pueden actualizarse fácilmente para reflejar información nueva o corregir errores. Esto asegura que los estudiantes tengan acceso a materiales actualizados, lo que es crucial en campos que evolucionan rápidamente, como la ciencia y la tecnología.

En el fomento del aprendizaje autónomo los libros digitales permiten a los estudiantes aprender a su propio ritmo. La flexibilidad es beneficiosa en entornos educativos donde se busca atender diversas habilidades y estilos de aprendizaje. Es importante destacar que el uso de libros digitales contribuye a la reducción del consumo de papel y otros recursos materiales necesarios para la producción de libros impresos. Esto no solo es más económico, sino que también tiene un menor impacto ambiental, algunos estudios sugieren que el formato digital puede afectar la profundidad de la comprensión lectora. Los lectores pueden distraerse más fácilmente debido a las múltiples funciones de los dispositivos electrónicos (Santos Díaz et al. 2024; Hernández Sierra et al. 2024).

## **6. Accesibilidad en los libros digitales**

La accesibilidad en los libros digitales es un aspecto crucial que busca garantizar que todas las personas, independientemente de sus capacidades físicas o cognitivas, puedan acceder y disfrutar de la lectura. La importancia de la accesibilidad en libros digitales es la inclusión para Personas con Discapacidades, ya que los libros digitales accesibles están diseñados para ser utilizados por personas con discapacidades visuales, auditivas o cognitivas. Esto incluye características como la conversión de texto a voz, ajuste de tamaño de fuente, y opciones de alto contraste que facilitan la lectura para aquellos con dificultades visuales.

La flexibilidad y personalización de los libros digitales permiten ajustes personalizados que mejoran la experiencia del usuario. La accesibilidad en los libros

digitales puede transformar la experiencia educativa, facilita la incorporación de la lectura en actividades cotidianas y académicas, se convierte en una actividad más placentera y menos problemática para los estudiantes. Esto es fundamental para promover una educación inclusiva. La implementación de buenas prácticas en la creación de libros digitales accesibles no solo beneficia a las personas con discapacidades, sino que también mejora la experiencia general del lector. Funciones como descripciones textuales para imágenes y tablas de contenido enlazadas son ejemplos de cómo se puede enriquecer el contenido.

A pesar de los avances en accesibilidad, aún existen desafíos significativos, como la falta de conocimiento, donde muchos editores y autores no están completamente informados sobre cómo crear contenido accesible, lo que puede resultar en libros digitales que no cumplen con las normas necesarias. A su vez, costos y recursos en relación con la producción de libros digitales accesibles ya que puede requerir inversiones adicionales en tecnología y formación, lo que puede ser un obstáculo para algunas editoriales.; finalmente, la falta de estándares universales puede llevar a inconsistencias en cómo se implementa la accesibilidad en diferentes plataformas y formatos (Tortosa 2008; Rovira-Beleta Cuyás 2004).

## Capítulo tercero

### Propuesta

La propuesta se genera con apoyo de herramientas digitales que permiten el diseño de nuevas narrativas transmedia, como es el caso de Adobe InDesign, Photoshop, Illustrator; a su vez, herramientas en línea que permiten generar diferentes elementos multimedia e interactivos utilizados en la creación de un libro digital para adaptar la mascota institucional PUMI en el cómic dentro de la estrategia transmedia para los libros digitales desarrollados por los docentes de la Universidad Técnica de Ambato.

Mediante el mapa de empatía figura 20, se analizó aspectos importantes sobre la aplicación de la propuesta para crear un cómic donde la mascota institucional PUMI sea el actor en las historias, dicho mapa de empatía se aplicó tanto a docentes como creadores de los libros digitales como a estudiantes como futuros lectores.

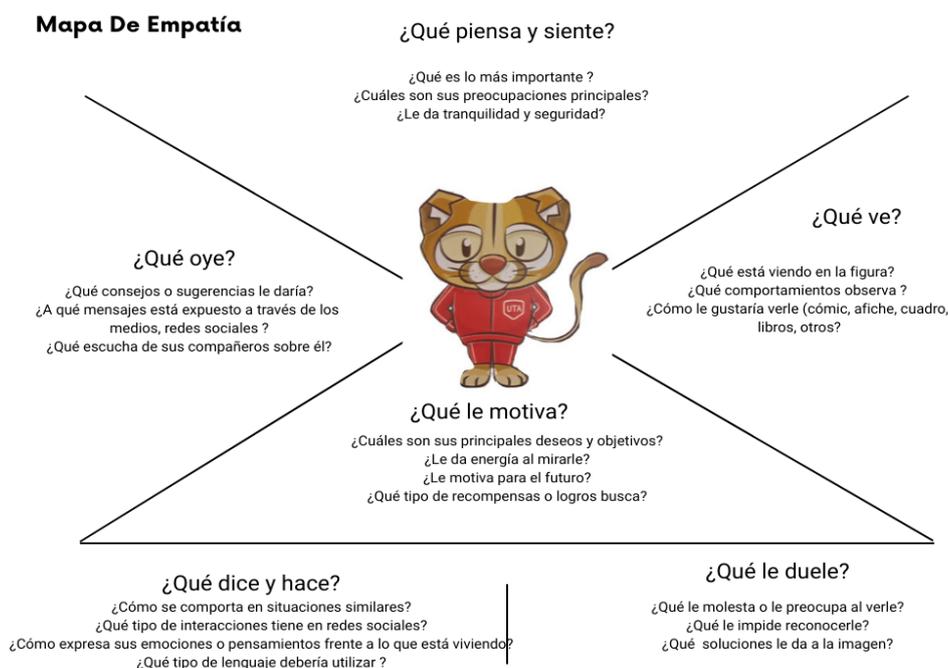


Figura 17: Mapa de empatía

Fuente Tomado de (Gray, Brown y Macanufu 2010).

Dentro de los parámetros analizados al ver la figura de PUMI, se determinó lo que se visualiza donde se describe lo que pasa por la mente del usuario, sus preocupaciones y lo que realmente le importa, información que se presenta en la tabla 1.

Tabla 1.  
Mapa empatía ¿que se piensa y se siente?

<p>¿Qué piensa y siente?</p>		<p>La imagen de la mascota institucional PUMI permite identificar que existe motivación por parte de los estudiantes, genera bienestar en las actividades académicas y se espera la inclusión, respeto y que tenga un impacto positivo.</p>
<p>¿Qué es lo más importante?</p>		<p>Las personas sienten orgullo por su mascota, tiene la aceptación motivando a la superación, sienten cercano a PUMI, genera tranquilidad y representa los valores insitucionales, es un elemento juvenil que representa a los estudiantes universitarios.</p>
<p>¿Cuáles son sus preocupaciones principales?</p>		<p>Es un desafío con la mascota institucional, puede generar desinterés, desmotivación, preocupación, pero es un desafío mediante los mensajes emitidos para generar tranquilidad en los estudiantes.</p>
<p>¿Le da tranquilidad y seguridad?</p>		<p>Permite identificar respeto, entusiasmo, tranquilidad, seguridad y sobre todo permite generar paz en la comunidad universitaria. Representa el acompañamiento y una guía en las actividades académicas en el aprendizaje.</p>

En la tabla 2, se describe lo que el usuario escucha de su entorno, amigos, familiares, medios de comunicación, entre otros sobre la imagen de PUMI.

Tabla 2.  
Mapa empatía ¿lo que oye?

<p>¿Qué oye?</p>		<p>Se oye de la mascota sobre la promoción de valores, convivencia institucional y ver las necesidades de la comunidad universitaria.</p>
<p>¿Qué consejos o sugerencias le daría?</p>		<p>Se sugiere mejorar la participación, que sea auténtico, que tenga una propia esencia, de una forma moderna para ser aceptados por los jóvenes universitarios que genere confianza y paz en las actividades académicas.</p>
<p>¿A qué mensajes está expuesto a través de los medios y redes sociales?</p>		<p>La mascota PUMI está expuesto a noticias falsas, en redes sociales, a generar informes falsos, pero también se expone a noticias que permitan fortalecer valores coherentes para el bienestar de los universitarios.</p>
<p>¿Qué escucha de sus compañeros sobre él?</p>		<p>A pesar de que no se ha escuchado mucho sobre la mascota es bueno recalcar el carisma, confiabilidad, un símbolo con coherencia y motivador positivo para la cultura universitaria.</p>

En la tabla 3, se analiza lo que el usuario percibe en su entorno, sus amigos, su competencia o el contexto donde se encuentra.

Tabla 3.  
Mapa empatía ¿lo que ve?

¿Qué ve?		<p>Se ve en la mascota PUMI tranquilidad, compromiso, respeto cercañía con la comunidad universitaria, presenta respeto y es amigable para presentarlo en cómic o libros.</p>
¿Qué está viendo en la figura?		<p>Se ve en la figura un animal comprometido con su institución, genera identidad ya que se presentan los colores y sellos institucionales. Genera una pertinencia comprometidos de una forma amigable.</p>
¿Qué comportamientos observa?		<p>Se observa una actitud de confianza y motivación, es inclusivo, llamativo y cercano a las actividades universitarias. Tiene coherencia con los elementos institucionales.</p>
¿Cómo le gustaría verle?		<p>La mascota podría ser vista en redes sociales, cómics, libros, ilustraciones, nuevas historias, cuentos, videos como nuevas formas de visibilizar a la mascota institucional.</p>

En la tabla 4, se enfoca en las acciones visibles del usuario, sus actitudes y comportamientos.

Tabla 4.  
Mapa empatía ¿lo que dice y hace el usuario?

<p>¿Cómo se comporta en situaciones similares?</p>		<p>Se comporta como un mediador de conflictos, sin líos ni problemas manteniendo el respeto de una forma proactiva, colaborativa en su espacio.</p>
<p>¿Qué tipo de interacciones tiene en redes sociales?</p>		<p>Se podría generar nuevos mensajes educativos, noticias positivas, frases, publicaciones nuevas y actualizadas, mensajes relevantes.</p>
<p>¿Cómo expresa sus emociones o pensamientos frente a lo que está viviendo?</p>		<p>La mascota PUMI expresa emociones, se le ve sincera, entusiasta, con claridad y alegría generando aspectos relevantes en su publicación.</p>
<p>¿Qué tipo de lenguaje debería utilizar?</p>		<p>El lenguaje que se debería generar debe ser para jóvenes, sencillo, empático que se adapt a la nueva jerga universitaria; incluyendo a toda la comunidad universitaria.</p>

En la tabla 5, se determinó las frustraciones, dolores o problemas que enfrenta el usuario en su día a día de acuerdo con la representación de la figura de PUMI.

Tabla 5.  
Mapa empatía ¿Qué le duele?

<p>¿Qué le duele?</p>		<p>Entre los dolores que se puede observar de la figura es la pérdida del significado, desinterés en la imagen, que la imagen esté fuera del contexto y no se de valor a la mascota institucional.</p>
<p>¿Qué le molesta o le preocupa al verle?</p>		<p>La preocupación es sobre la tristeza que podría generar si no se logran los objetivos, incomodidad en la comunidad universitaria, que sea ignorado o burlado y que no exista o se evidencie la comunicación esperada.</p>
<p>¿Qué le impide reconocerle?</p>		<p>Lo que podría impedir reconocerle es el desinterés por generar nuevos contextos de la mascota, que no se genere cercanía, que no permite fortalecer el liderazgo, que culturalmente o sea reconocido, y no exista conexión con los usuarios.</p>
<p>¿Qué soluciones le da a la imagen?</p>		<p>La imagen debe fortalecer la empatía, coherencia con lo que se desea comunicar, que permita ser una imagen motivadora, dinámica, que se puedan genera actividades, que se puede generar concursos, ser visibilizado en redes sociales y sea reconocido.</p>

En la tabla 6, permitió definir los deseos, aspiraciones y lo que impulsa al usuario y motiva sobre la figura de la mascota institucional.

Tabla 6.  
Mapa empatía ¿Qué le motiva?

<p>¿Cuáles son sus principales deseos y objetivos?</p>		<p>Entre los objetivos de utilizar la mascota institucional se tiene la relevancia de los valores, estabilidad, orgullo por la institución, genera energía, dinamismo, esfuerzo e inspira para cumplir metas propuestas.</p>
<p>¿Le da energía al mirarle?</p>		<p>Genera alegría, tranquilidad, acompañamiento, confianza, felicidad su forma animada permite establecer calidez en su ambiente académico.</p>
<p>¿Le motiva para el futuro?</p>		<p>Motiva a continuar en una mejora de la comunidad universitaria, permitiendo crecer de forma personal y en las actividades académicas.</p>
<p>¿Qué tipo de recompensas o logros busca?</p>		<p>Se espera tener reconocimientos académicos, representa a cambios institucionales reales para un progreso representativo.</p>

A partir del análisis realizado mediante el mapa de empatía, se determinó que la propuesta se desarrollaría bajo el formato de *web cómic*, en virtud de su potencial para articular una narrativa visual e interactiva dentro de entornos digitales. Esta modalidad permite abordar contenidos educativos o de sensibilización social mediante el lenguaje del cómic, adaptado a diversas plataformas tecnológicas como libros digitales, sitios web y redes sociales.

El propósito didáctico de esta propuesta radica en informar y formar sobre un tema específico, utilizando recursos digitales diseñados para su visualización en pantallas interactivas, así como en formatos como PDF interactivos y publicaciones EPUB de carácter educativo. La interactividad constituye un componente esencial, ya que se incorporan enlaces y elementos dinámicos que facilitan un proceso de aprendizaje activo, atractivo y contextualizado en función del perfil del público objetivo.

En cuanto a la estructuración del web cómic, se procedió a la delimitación del tema central, la identificación de los personajes cuyas acciones y reflexiones favorecen procesos de exploración, aprendizaje, cuestionamiento o experimentación, y la incorporación de recursos transmedia complementarios que amplían el universo narrativo y fortalecen la propuesta pedagógica. Finalmente, se desarrolló una conclusión reflexiva, orientada a consolidar los aprendizajes y cerrar de manera coherente el recorrido narrativo y formativo.

En la figura 18 se determinó las características y detalles relevantes del *web cómic* para la propuesta, tomado del análisis del mapa de empatía.

 <b>CARACTERÍSTICAS DEL WEBCÓMIC</b>	
Característica	Detalle
 <b>Formato digital</b>	Pensado para pantallas, suele tener desplazamiento <b>vertical</b> (scroll) o por clic.
 <b>Estilo visual libre</b>	Puede ser minimalista, estilo manga, realista o completamente experimental.
 <b>Auto-publicación</b>	Muchos autores publican sin editorial, directo al público.
 <b>Serializado</b>	Se publica por episodios o capítulos, como una serie.
 <b>Interactivo o expandible</b>	Puede incluir animaciones, música, enlaces o formatos transmedia.
 <b>Comunicación directa</b>	Los lectores suelen interactuar con autores a través de comentarios o redes.

Figura 18. Características del Web Comic  
Fuente elaboración propias

Es importante destacar que para la propuesta se pueden utilizar diferentes plataformas y herramientas digitales para la construcción del *web cómic*, presentado en la figura 19.

 PLATAFORMAS PARA CÓMICS DIGITALES EDUCATIVOS	
Plataforma	Tipo de publicación
Canva / Pixton / StoryboardThat	Cómics visuales con herramientas didácticas.
Webtoon / Tapas	Publicación en scroll vertical, ideal para jóvenes.
Book Creator / Genially	Libros digitales interactivos con integración de cómic.
PDF interactivo / EPUB 3	Lectura en tablets, con botones, videos y navegación.
Instagram / TikTok / Reels	Microhistorias en cómic con expansión transmedia.

Figura 19. Plataformas para cómic educativos  
Fuente elaboración propias

El *web cómic* como propuesta es ideal para enseñar y comunicar temas con lenguaje visual, narrativo y emocional, por ejemplo:

-  Crear series educativas.
-  Los estudiantes creen su propio web cómic y aprenden la narrativa visual.
-  Usar redes sociales para publicar cómics cortos y reflexivos.
-  Integrarlo en una narrativa transmedia: cómic + podcast + foro + reto TikTok.

El *web cómic* desarrollado en esta propuesta busca fortalecer la lectura crítica y visual, promover la empatía y el pensamiento ético, y responder a diversos estilos de aprendizaje. Se plantea como un recurso accesible, creativo y motivador, integrado en una narrativa transmedia más amplia que favorece el aprendizaje significativo. La propuesta se detalla a continuación, incluyendo su temática, formato, características, personajes y otros componentes narrativos. Esta estructura se fundamenta en los resultados del análisis del mapa de empatía aplicado a docentes y estudiantes, lo que permite alinear el diseño con sus necesidades y expectativas.

## 1. Desarrollo de la Propuesta

La propuesta se centra en la creación de un *web cómic* como eje principal para abordar el tema de la violencia digital. Este proyecto plantea distintas opciones narrativas que permiten explorar y sensibilizar sobre esta problemática desde una perspectiva educativa e inclusiva. El título general del webcómic es “Redes sin miedo”, el cual busca transmitir un mensaje de empoderamiento y seguridad en el uso de las redes sociales.

Dentro de esta narrativa general, se desarrollará un capítulo específico titulado “Ciberacoso y alfabetización digital”, que se presentará en formato EPUB y PDF, con el objetivo de facilitar su distribución a través de plataformas como CANVA, TWINE y WIX, así como su visualización en dispositivos móviles.

Los personajes del webcómic han sido construidos a partir de testimonios reales recopilados mediante consultas con estudiantes universitarios, lo que garantiza una representación auténtica de las experiencias vividas. Además, se incorpora como personaje principal a Pumi, la mascota institucional, quien actúa como guía o acompañante dentro de la narrativa, reforzando la identidad de la propuesta y su vínculo con la comunidad universitaria.

Como parte del enfoque transmedia del proyecto, se contempla la expansión de la historia a través de diversos formatos complementarios como Podcast con especialistas en violencia digital y educación, foros de discusión entre lectores para compartir opiniones y experiencias y guías prácticas elaboradas por docentes universitarios para promover la alfabetización digital y la prevención del ciberacoso.

Finalmente, tal como se establece en la Tabla 7, el proyecto está dirigido a jóvenes universitarios y se adapta a formatos digitales accesibles, pensados especialmente para su consumo en dispositivos móviles. Se aspira a que esta narrativa transmedia evolucione y se enriquezca mediante la interacción en plataformas digitales, integrando elementos como juegos, encuestas y actividades participativas que fortalezcan el aprendizaje colaborativo.

Tabla 7.  
Tema del Web cómic: “Redes sin miedo”

<p> <b>Tema:</b> Violencia digital (ciberacoso, difusión no consentida, doxxing, grooming).</p> <p> <b>Público objetivo:</b> Jóvenes universitarios (18 a 22 años).</p> <p> <b>Formato sugerido:</b> Webcómic de 5 episodios Formato vertical para dispositivos móviles Expansión transmedia (podcast, trivias).</p>
---

En la tabla 8, se explica la estructura del *web cómic*, en lo referente a los personajes principales quienes participan en la propuesta de ejemplo, tomando en cuenta que dichos personajes en consenso fueron definidos por los entrevistados (estudiantes y docentes); de hecho, no se podía dejar de lado la mascota institucional Pumi.

Tabla 8.  
Estructura del web cómic

<p> <b>Personajes principales:</b> PUMI Estudiante de comunicación, activista digital. Lucas su amigo, víctima de memes ofensivos. “La Sombra” – Identidad anónima que difunde contenido íntimo. Profe Alba – Docente que guía procesos de alfabetización digital.</p>
---

En la Tabla 9 se describen los episodios que conforman la propuesta narrativa, estos fueron desarrollados por estudiantes universitarios como parte de un proyecto académico orientado a la creación de contenidos digitales. Cada episodio fue revisado y validado por un grupo de docentes especializados en comunicación y medios digitales, quienes brindaron asesoría pedagógica y retroalimentación crítica durante el proceso de producción. Esta colaboración entre estudiantes y docentes permitió fortalecer la calidad del contenido y asegurar su pertinencia tanto académica como comunicacional.

Tabla 9.  
**Episodios**

<p><b>Episodio. 1: “Captura de pantalla”</b></p> <p>PUMI descubre que alguien tomó una captura del perfil privado de Lucas y la viralizó con burlas.</p> <p>Primer mensaje educativo: “Lo que compartes sin permiso, también es violencia”.</p> <p><b>Episodio. 2: “¿Quién está detrás?”</b></p> <p>Lucas empieza a ausentarse. PUMI lo apoya y decide investigar.</p> <p>Introducción del concepto de violencia digital y ciberacoso.</p> <p><b>Episodio. 3: “La red no olvida”</b></p> <p>Aparece “La Sombra”, una cuenta anónima que amenaza con filtrar más cosas.</p> <p>Profe Alba organiza un taller virtual sobre seguridad digital y derechos en línea.</p> <p><b>Episodio. 4: “Contra la sombra”</b></p> <p>Juntos, PUMI y otros estudiantes denuncian la cuenta y arman una campaña.</p> <p>Clave: visibilización, acompañamiento, activismo.</p> <p><b>Episodio. 5: “Redes sin miedo”</b></p> <p>Lucas da su testimonio. Se lanza un espacio seguro digital en la universidad.</p> <p>Cierre reflexivo con QR a materiales educativos, línea de ayuda y un mensaje clave: “En digital también tenemos derecho a estar seguros.”</p>
---

En la Tabla 10 se presentan, al final de los episodios, una serie de componentes transmedia diseñados para complementar y expandir la narrativa principal. Estos elementos pueden ser difundidos a través de diversas plataformas digitales, herramientas interactivas y redes sociales como Instagram, TikTok, YouTube, Facebook o incluso mediante podcasts y blogs, con el objetivo de fomentar la participación activa de los usuarios, ampliar el alcance del mensaje y enriquecer la experiencia del público destinatario.

Tabla 10.  
**Componentes transmedia**

<p> Podcast: entrevista con una experta en violencia digital.</p> <p> Instagram: cuenta de PUMI con publicaciones sobre derechos digitales.</p> <p> Trivias interactivas (Kahoot, Genially).</p> <p> Manual de seguridad digital descargable.</p> <p> Reels o TikToks de los personajes con mini consejos.</p>
---

En esta propuesta se presentan los objetivos educativos integrados en el desarrollo del *web cómic*, los cuales están orientados a reconocer, fomentar y promover una cultura de respeto en los espacios digitales. Estos objetivos no han sido definidos de manera unilateral, sino que han surgido a partir de un proceso participativo que involucró activamente a docentes y estudiantes universitarios. A través de técnicas e instrumentos de investigación cualitativa, como entrevistas, encuestas y grupos focales, se recopiló percepciones, experiencias y necesidades en torno a la convivencia digital y los conflictos que surgen en plataformas virtuales. Este enfoque participativo ha permitido construir objetivos alineados con la realidad del entorno universitario, fortaleciendo así su pertinencia y aplicabilidad en contextos educativos.

Tabla 11.  
**Objetivos educativos**

Reconocer las formas de violencia digital. Identificar herramientas de defensa y prevención. Fomentar la empatía y el acompañamiento entre pares. Promover una cultura de respeto en redes.
--

A partir de la Tabla 12, se estructuran los episodios del *web cómic*, los cuales han sido desarrollados de manera colaborativa entre estudiantes y docentes universitarios, este proceso creativo ha incluido sesiones de lluvia de ideas, debates y propuestas narrativas, que permitieron la construcción de diálogos coherentes y significativos entre los personajes. Estos diálogos fueron posteriormente incorporados al diseño del cómic gráfico utilizando la herramienta Adobe Illustrator. El resultado final refleja no solo las conversaciones entre los personajes seleccionados, sino también una representación visual que responde a los objetivos comunicacionales del proyecto, aportando contenido relevante y atractivo para el público juvenil universitario.

Tabla 12.  
Episodio 1 “Captura de pantalla”

<p> <b>Objetivo:</b></p> <p>Mostrar una situación real de violencia digital (difusión de contenido sin consentimiento) y cómo impacta emocionalmente en la víctima.</p> <p> <b>Escena 1: Introducción – Aula universitaria</b></p> <p>Viñeta 1: (Plano general. Estudiantes conversando. PUMI mira su celular, frunce el ceño)</p> <p> <b>Diálogo (Pumi, pensamiento):</b></p> <p>“¿Qué es esto...? ¿Lucas?”</p> <p>Viñeta 2: (Plano del celular de Pumi. Imagen alterada de Lucas circula en un grupo con burlas: “¡Se cree influencer!”)</p> <p> <b>Mensaje en pantalla:</b></p> <p>“Jajaja miren al divo, esto estaba en su Insta privado 😂”</p> <p> <b>Escena 2: Patio de la universidad</b></p> <p>Viñeta 3: (Pumi se acerca a Lucas, que está cabizbajo)</p> <p> <b>Pumi:</b></p> <p>“Lucas, ¿viste lo que están compartiendo?”</p> <p>Viñeta 4: (Primer plano de Lucas, con mirada triste)</p> <p> <b>Lucas:</b></p> <p>“Sí... no sé ni cómo llegó eso ahí. Pensé que era un espacio seguro.”</p> <p> <b>Escena 3: Reflexión – Narrador y mensaje educativo</b></p> <p>Viñeta 5: (Ilustración simbólica: una red digital con hilos que atrapan al personaje)</p> <p> <b>Narrador:</b></p> <p>“Compartir contenido sin permiso no es una broma... es una forma de violencia digital.”</p> <p>Viñeta 6 (final): (Pumi mirando su celular, con expresión decidida)</p> <p> <b>Pumi (pensamiento):</b></p> <p>“No me voy a quedar callado.”</p> <p> <b>Cierre del episodio</b></p> <p> <i>Desliza para aprender más sobre violencia digital</i></p> <p> <b>Botón o viñeta final con el mensaje:</b></p> <p>“En internet, el respeto también es un derecho. #RedesSinMiedo”</p> <p> (Puedes vincular a un mini reel, un recurso o un post del personaje)</p>
--



Figura 20. Desarrollo primera parte del libro digital episodio 1  
Fuente y elaboración propias

Tabla 13.  
Episodio 2: “¿Quién está detrás?”

<p>🎯 <b>Objetivo:</b></p> <p>Mostrar cómo evoluciona el acoso digital, introducir el anonimato en redes, y fomentar la necesidad de apoyo y educación sobre violencia digital.</p> <p>📌 <b>Escena 1: Aula vacía – Lucas y Pumi conversan</b></p> <p><b>Viñeta 1:</b> (Lucas está sentado, mirando su celular con expresión de ansiedad. Pumi entra al aula con preocupación.)</p> <p>🗣️ <b>Pumi:</b> “¿Te encuentras bien? Faltaste toda la semana...”</p> <p><b>Viñeta 2:</b> (Primer plano de Lucas)</p> <p>🗣️ <b>Lucas:</b> “No dejo de pensar en eso. Ahora están usando una cuenta falsa para burlarse más... no sé quién es.”</p> <p>📌 <b>Escena 2: Celular de Lucas – aparición de “La Sombra”</b></p>
---

Viñeta 3:

(Plano del celular, cuenta anónima envía mensaje privado)

 Mensaje:

“Esto no ha terminado ;)”

 Usuario: @la\_sombra\_

Viñeta 4:

(Plano simbólico: Lucas rodeado de palabras flotantes tipo: “¡Frágil!”, “Ridículo”, “Expónganlo”)

 Narrador:

“El anonimato en redes puede volverse un arma para herir sin consecuencias.”

 Escena 3: Biblioteca – intervención de la Profe Alba

Viñeta 5:

(Pumi y Lucas buscan ayuda. Se sientan frente a la Profe Alba, seria pero amable)

 Pumi:

“Profesora... ¿qué se puede hacer con esto? Esto ya no es solo una broma...”

Viñeta 6:

(Profe Alba con gesto firme, mostrando una tablet con una presentación que dice “Taller: Derechos y Seguridad Digital”)

 Profe Alba:

“Esto es violencia. Vamos a enfrentarlo juntos. Lo primero: conocer nuestros derechos.”

 Cierre del episodio

 Viñeta final con Pumi publicando en su red:

“Si te atacan en redes, no estás solo. Busca ayuda. #RedesSinMiedo”

 CTA interactivo:

Botón: “Descubre qué hacer ante el ciberacoso”

Enlace a recurso PDF / video / infografía



Figura 21. Desarrollo de la segunda parte del libro digital episodio 2  
Fuente y elaboración propias.

Tabla 14.

### Episodio 3: “La red no olvida”

#### 🎯 Objetivo:

Mostrar cómo se intensifica la violencia digital, introducir herramientas educativas como talleres o guías, y reforzar la importancia del acompañamiento y la denuncia.

#### 📌 Escena 1: Lucas revisa su perfil

##### Viñeta 1:

(Lucas frente a su computadora, con expresión de shock)

##### 💬 Lucas (pensamiento):

“¿Filtraron mis mensajes privados...? ¡Esto ya es demasiado!”

##### Viñeta 2:

(Pantalla con publicación de la cuenta “La Sombra” mostrando capturas editadas con comentarios falsos)

##### 🔊 Texto en post:

“Miren cómo se contradice este ‘angelito’...”

#### 📌 Escena 2: Reunión con Profe Alba y grupo de estudiantes

Viñeta 3:

(Grupo reunido en un aula, con la Profe Alba al frente proyectando una presentación:

“Violencia digital: cómo detectarla y defenderse”)

 Profe Alba:

“Difundir información sin consentimiento, manipular, acosar... todo eso es violencia.”

Viñeta 4:

(Pumi levanta la mano)

 Pumi:

“¿Y cómo podemos frenarlo? No basta con denunciar en la app...”

 Escena 3: Acción colectiva y reflexión

Viñeta 5:

(Ilustración de varias manos compartiendo una publicación en redes: “Denunciamos la violencia digital. #RedesSinMiedo”)

 Narrador:

“Cuando actuamos juntos, la red también puede ser un lugar seguro.”

Viñeta 6:

(Lucas recibiendo mensajes de apoyo de compañeros)

 Mensajes:

“Estamos contigo.”

“No estás solo.”

“Ya reportamos la cuenta.”

 Cierre del episodio

 Viñeta final estilo story con este mensaje:

“¿Sabes cómo protegerte digitalmente? Desliza y entérate. #RedesSinMiedo”

 CTA interactivo:

Enlace a mini guía “Cómo denunciar violencia digital”

Actividad sugerida: reto en redes “#RedesSegurasChallenge”



Figura 22. Desarrollo de la tercera parte del libro digital episodio 3  
Fuente y elaboración propias.

Tabla 15.  
Episodio 4: “Contra la sombra”

<p>🎯 <b>Objetivo:</b></p> <p>Fomentar la acción colectiva digital, el uso correcto de mecanismos de denuncia, y visibilizar cómo el acompañamiento y la comunidad pueden romper el silencio frente a la violencia digital.</p> <p>📌 <b>Escena 1: Aula de computación – organización del plan</b></p> <p><b>Viñeta 1:</b> (Pumi, Lucas y otros 3 compañeros frente a computadoras, revisando la cuenta de “La Sombra”)</p> <p>🗣️ <b>Pumi:</b></p> <p>“Ya somos más de veinte. Si todos reportamos, la cuenta puede caer.”</p> <p><b>Viñeta 2:</b> (Plano de pantalla con pasos: 1. Captura. 2. Reporta. 3. Guarda evidencias.)</p> <p>🔊 <b>Narrador:</b></p> <p>“La primera defensa es documentar y denunciar. No borres, guarda pruebas.”</p> <p>📌 <b>Escena 2: Lanzamiento de campaña en redes</b></p> <p><b>Viñeta 3:</b> (Pumi sube un reel a Instagram con el mensaje: “En la red también se lucha.</p>
---

#RedesSinMiedo”)

🗣️ Texto en video:

“Violencia digital ≠ libertad de expresión. Denuncia. Apoya. Acompaña.”

Viñeta 4:

(Ilustración de un feed con stories y publicaciones que replican el mensaje)

🗣️ Narrador:

“Un solo post puede ser ignorado. Cien, pueden cambiar las reglas.”

📌 Escena 3: Consecuencias positivas

Viñeta 5:

(Notificación: “La cuenta @la\_sombra\_ ha sido suspendida por infringir normas comunitarias”)

🗣️ Lucas (con alivio):

“Lo logramos. No estoy solo en esto.”

Viñeta 6:

(Plano grupal, los estudiantes se miran cómplices, mientras Pumi sonrío)

🗣️ Pumi:

“Esto no termina aquí... vamos a seguir educando.”

🧠 Cierre del episodio

📱 Viñeta final con una caja de texto:

“¿Sabes cómo apoyar a una víctima de ciberacoso? 🙋 Desliza para conocer 3 pasos clave.

#RedesSinMiedo”

📌 Recurso adicional sugerido:

Guía rápida: “Cómo ser un aliado digital”

Plantilla editable para compartir en redes: “Denuncio la violencia digital”



Figura 23. Desarrollo de la cuarta parte del libro digital episodio 4  
Fuente y elaboración propias.

En síntesis, la propuesta presentada se ha desarrollado mediante un proceso colaborativo que integró la activa participación de estudiantes y docentes universitarios involucrados en la investigación. Estos actores contribuyeron significativamente a la construcción del guion, generando diálogos auténticos y contextualizados a través de dinámicas como el mapa de empatía y trabajos participativos en el aula. Este enfoque permitió un enriquecimiento constante del contenido, garantizando que las voces de la comunidad educativa estuvieran representadas de manera fiel y pertinente.

Además, se definieron cuidadosamente las viñetas y los cuadros de diálogo que conformarán el web cómic, buscando un equilibrio entre la narrativa visual y textual para facilitar la comprensión y el interés del público objetivo. La estructura gráfica fue diseñada para promover la interacción y el aprendizaje, aprovechando las potencialidades del formato digital.

Finalmente, la propuesta contempló diversas alternativas para su publicación y difusión. Entre ellas, destaca la creación de libros digitales que podrían ser desarrollados progresivamente por los docentes como una contribución valiosa a la bibliografía digital de la universidad. Este enfoque no solo amplía el acceso a recursos educativos innovadores, sino que también fortalece la identidad institucional, incorporando

elementos simbólicos como la mascota PUMI, que actúa como un vínculo emocional y cultural con la comunidad universitaria.

Esta iniciativa abre la puerta a futuras líneas de trabajo que integren las nuevas tecnologías y las narrativas transmedia en los procesos formativos, promoviendo un aprendizaje más dinámico, inclusivo y conectado con las realidades y valores locales.

En la Tabla 10 se presenta un espacio estratégico dentro de la propuesta para la incorporación del cómic tipo video, el cual puede ser difundido a través de plataformas digitales populares como podcasts, Instagram, Reels o TikTok. Estos formatos representan una evolución significativa en la manera de contar historias, al integrar elementos visuales, narrativos, multimedia e interactividad, creando así una experiencia mucho más inmersiva y dinámica para el usuario.

Este enfoque innovador no solo transforma la lectura tradicional, haciéndola más atractiva y accesible, sino que también amplía de manera considerable las posibilidades para la educación y el entretenimiento. Al combinar ilustraciones animadas, efectos sonoros, música y narrativa oral, se genera un formato que captura la atención del público joven y facilita la comprensión de temas complejos mediante una comunicación audiovisual directa y envolvente.

Además, la versatilidad del cómic tipo video permite adaptar los contenidos a diferentes plataformas sociales, optimizando su alcance y participación a través de formatos breves y dinámicos que responden a los hábitos de consumo actuales. Esto fomenta la interacción del público, invitándolo a ser parte activa de la historia a través de comentarios, compartidos y reacciones, promoviendo así una comunidad alrededor del contenido.

En suma, esta propuesta no solo moderniza la forma de contar historias, sino que también potencia el aprendizaje y la sensibilización mediante un formato que se adapta a las tendencias digitales actuales, posicionándose como una herramienta clave en la comunicación transmedia, la propuesta de este espacio se lo podría desarrollar en la herramienta de IA Hedra (<https://www.hedra.com/app/characters/cdc0c877-191d-432f-9e4c-d3884bf37e44/view>)

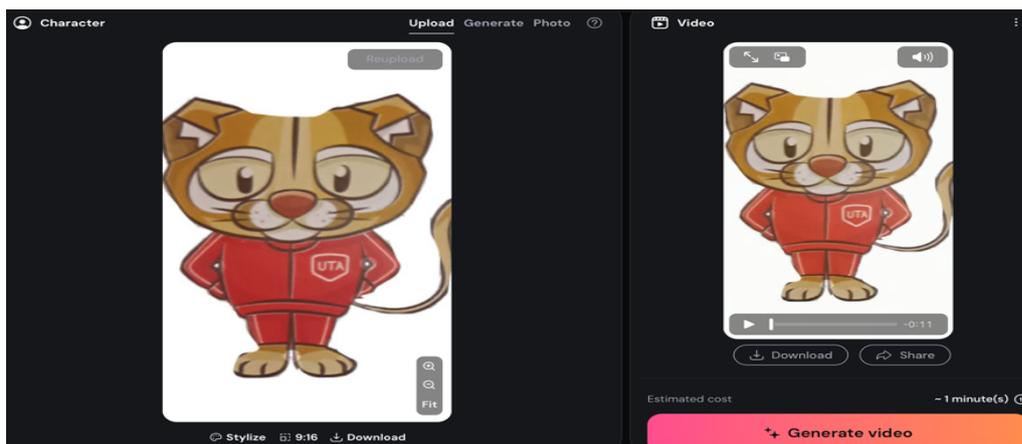


Figura 24. Propuesta generada en IA Hedra *para el final de la propuesta*  
Fuente y elaboración propias.

## 2. Análisis de datos

Los usuarios de esta propuesta son los estudiantes universitarios, cuyo objetivo es tener una forma diferente de recibir la información, tomando en cuenta que esto se puede establecer en la lectura de diferentes áreas del conocimiento; por otro lado, los docentes pueden convertirse en productores y desarrolladores innovadores de contenidos, permitiendo llegar a los estudiantes universitarios con nuevos espacios y propuestas digitales para el conocimiento de diversos temas en el proceso enseñanza y aprendizaje.

Dentro de los formatos que se plantea en la propuesta en primera instancia la generación de libros digitales en formatos PDF para la lectura e interacción de los contenidos propuestos en este material, también se puede plantear en formato EPUB para la lectura en diversos dispositivos. La interactividad y la narrativa pueda ser mejor procesada para entenderla y que los contenidos presentados sean claros y de una forma diferente. El cómic además es representado por la mascota institucional y personajes con características universitarias que a más de los contenidos permite conocer valores institucionales. El diseño visual fue generado por herramientas en línea tomadas de <https://www.freepik.es/fotos-vectores-gratis/fly>, misma que de forma gratuita se puede acceder a algunas imágenes y figuras en formato de imagen y vectores. Los colores de la mascota Pumi son los institucionales (rojo – blanco) y la diversidad de colores de los personajes representa a los diferentes espacios universitarios ya que existe pluralidad de información.

Las imágenes fueron editadas en las herramientas de ADOBE, tanto en Photoshop como en Ilustrador, usadas para darle el diseño de los objetos que forman parte del cómic

propuesto. Para la maquetación y generación del archivo para un libro digital como PDF o EPUB se utilizó la herramienta de Adobe InDesign. Las herramientas digitales en línea apoyaron en la creación de información audiovisual como audios, textos, entre otros; a su vez la publicación en la red a través de la página gratuita WIX permite publicar la información y darle interactividad en la generación de la información presentada. Otro ejemplo de la propuesta es presentada en TWINE herramienta revisada en el proceso de la Maestría que permitió tener también una nueva forma de presentar la narrativa, con imágenes, audios y formatos propios del lenguaje de programación en HTML propio de esta herramienta, presentando al Web cómic como propuesta.

El análisis de los resultados evidenciados de la encuesta y la información presentada a los estudiantes mediante un formulario en Microsoft Forms, desarrollado su análisis en la herramienta digital SPSS se obtuvieron los siguientes resultados. Los estudiantes (57) tanto hombres como mujeres a quienes se les consultó sobre la propuesta; respondieron al cuestionario personas que tenían un promedio de 19 años, tomando en cuenta que existieron estudiantes de 18 hasta 22 años de los primeros niveles han reemplazado completamente otros métodos o fuentes de información.

Para el análisis de la fiabilidad de la propuesta presentada se realizó una encuesta a estudiantes universitarios, para establecer si los libros digitales son usados en la búsqueda de información académica, por lo que se evidencia en la tabla 16 que el 83,3% del total de los encuestados casi siempre acceden a libros digitales, el 8,3% lo hacen siempre y el 8,3% nunca, de acuerdo a los resultados se evidencia la importancia de la búsqueda de información en libros digitales, se obtuvo que más del 90% de los encuestados tiene algún grado de uso de libros digitales, mientras que una minoría (8,3%) no los utiliza.

Se establece que los Hombres (19,4% del total), 5,6% de los encuestados siempre usan libros digitales, 13,9% los usan casi siempre, Esto sugiere que todos los hombres usan libros digitales con cierta frecuencia para sus actividades académicas, en el caso de las Mujeres (80,6% del total), 2,8% siempre busca información en libros digitales, 69,4% lo hace casi siempre y 8,3% nunca los utiliza, por lo que se evidencia que las mujeres tienen una alta frecuencia de uso. El uso siempre es más común entre hombres (5,6%) que entre mujeres (2,8%), aunque en términos absolutos la diferencia es pequeña. El grupo que nunca usa libros digitales está compuesto únicamente por mujeres, lo que puede abrir la puerta a explorar razones específicas: acceso a tecnología, hábitos de lectura, o preferencias personales.

Se concluye además, que el uso de libros digitales es habitual, aunque no predominante como primera fuente (siempre), pues la mayoría los consulta (casi siempre). Las mujeres representan el mayor grupo de usuarios frecuentes, lo cual puede deberse a factores como el rol estudiantil, mayor número de mujeres en la muestra, o familiaridad con herramientas digitales, la inexistencia de hombres en la categoría nunca sugiere una disposición general positiva hacia el uso de libros digitales en ese grupo. La baja proporción de uso siempre indica que, aunque los libros digitales son una herramienta común, aún no han reemplazado completamente otros métodos o fuentes de información.

Tabla 16.

**¿Con qué frecuencia usted acude a buscar información en un libro digital?**

¿Frecuencia de búsqueda de información en un libro digital?

		Siempre	Casi siempre	Nunca	Total
Ingrese su sexo	Hombre %	5,6%	13,9%	0,0%	19,4%
	Mujer %	2,8%	69,4%	8,3%	80,6%
Total % Total		8,3%	83,3%	8,3%	100,0%

Fuente: Encuesta realizada a estudiantes

Los resultados obtenidos que se visualizan en la tabla 17, donde se observa una tendencia marcada hacia la valoración positiva de la interactividad en los libros digitales. En total, el 83,3% de los encuestados considera que la interactividad es muy importante, mientras que solo el 16,7% la considera poco importante. Esta proporción muestra una clara inclinación hacia la preferencia de contenidos digitales dinámicos e interactivos.

Desde una perspectiva de género, las mujeres representaron la mayoría de la muestra (80,6%) y mostraron una alta valoración de la interactividad: el 66,7% de ellas la consideró muy importante. Por otro lado, los hombres representaron el 19,4% de la muestra, y dentro de este grupo el 16,7% consideró muy importante la interactividad. Esto sugiere que, aunque existe consenso en ambos grupos, las mujeres manifiestan una mayor apreciación hacia este recurso.

Estos resultados refuerzan la importancia de incorporar elementos interactivos en el diseño de libros digitales, especialmente si el público objetivo incluye jóvenes universitarios. La interactividad no solo facilita el aprendizaje, sino que también mejora la experiencia de lectura, el compromiso del usuario y la accesibilidad a los contenidos. Es importante destacar que con una muestra mayor validaría la existencia en poblaciones más equilibradas. También da la pauta a nuevas investigaciones sobre interactividad que podrían presentarse en la propuesta.

Tabla 17.  
**¿considera importante que exista interactividad en un libro digital ?**  
 ¿ interactividad en un libro digital?

			Muy importante	Poco importante	Total
Ingrese su sexo	Hombre	%	16,7%	2,8%	19,4%
	Mujer	%	66,7%	13,9%	80,6%
Total	% Total		83,3%	16,7%	100,0%

Fuente: Encuesta realizada a estudiantes, elaboración propia

En la tabla 18 si visualiza, con el objetivo de identificar cuál formato es percibido como más innovador por los estudiantes, se planteó la pregunta: "¿Cuál de las siguientes opciones considera más innovadora?", presentando dos alternativas: cómic y texto. Los resultados reflejan una clara preferencia por el formato de cómic, con un 86,1% del total de encuestados considerándolo como la opción más innovadora, frente a un 13,9% que eligió el texto. Al analizar los resultados según el sexo de los participantes, se observa que el 72,2% de las mujeres consideran al cómic como alternativa innovadora, mientras que solo un 8,3% de ellas optó por el texto. En el caso de los hombres, el 13,9% se inclinó por el cómic y el 5,6% por el texto.

Estos resultados evidencian una tendencia significativa a favor de los formatos visuales y narrativos, especialmente entre las mujeres. Esto sugiere que el uso de recursos gráficos y narrativas visuales pueden resultar más atractivos y efectivos para captar el interés, representando una oportunidad para el diseño de contenidos digitales innovadores, especialmente en entornos educativos y comunicacionales. El cómic se posiciona como un formato altamente valorado en términos de innovación, lo cual respalda su inclusión en estrategias de comunicación dirigidas a públicos jóvenes y universitarios.

Tabla 18.  
**¿De las opciones presentadas cuál de ellas considera innovadora?**

¿De las opciones presentadas cuál de ellas considera innovadora?

Opción 1

Cómic



Opción 2

Texto

**Identidad Digital**  
 El desarrollo de la sociedad es impulsado por la tecnología, definiendo un conjunto de valores propios de diversas instituciones como la familia, empresas o la vida pública. Sin embargo, a este se suma el desafío de las tecnologías digitales. Los principios éticos, que se ven influenciados por la identidad digital, se convierten en un papel importante en una sociedad digitalizada, en la que sus consecuencias y la adopción e implementación de tecnologías como el Internet de las Cosas (IoT), Big Data, por lo tanto, se ven de una manera más profunda en el mundo actual, desde los negocios que más adelante por problemas de seguridad.

El desarrollo del hombre es influenciado por las tecnologías digitales y su desarrollo. De hecho, la tecnología es lo que determina la vida real, más que en la vida real que determina la tecnología. En la implementación de la tecnología en la sociedad, para su implementación se debe considerar la vida real y asegurar que la tecnología real sea y así poder disfrutar un poco en libertad de la tecnología, desde los cambios de vida que trae la presencia de estos elementos en desarrollo, la identidad digital es la tecnología que permite que una persona que produce en realidad, en un contexto de la sociedad mediante la tecnología de Internet de las Cosas (IoT).

			Opción 1 Cómic	Opción 2 Texto	Total
Ingrese su sexo	Hombre	%	13,9%	5,6%	19,4%
	Mujer	%	72,2%	8,3%	80,6%
Total	% total		86,1%	13,9%	100,0%

Fuente: Encuesta realizada a docentes y estudiantes, elaboración propia

En la table 19 se visualiza que, en el contexto del desarrollo de nuevos formatos de comunicación educativa, se evaluó la percepción de los estudiantes sobre la inclusión de la mascota institucional PUMI como parte de una narrativa tipo cómic en los libros digitales. Esta propuesta busca innovar en la presentación de contenidos académicos mediante el uso de elementos identitarios y recursos visuales que fortalezcan el vínculo entre el estudiante y la institución.

De acuerdo con los datos obtenidos, el 66,7% de los encuestados considera que es muy importante incorporar a PUMI en este tipo de narrativa, el 30,6% cree que es poco importante y apenas un 2,8% considera que esta propuesta no es importante.

Los resultados reflejan una alta aceptación de estrategias comunicativas que integren elementos lúdicos y simbólicos, como las mascotas institucionales, dentro de los productos académicos digitales. Esta tendencia demuestra el interés de los estudiantes por experiencias educativas más cercanas, amigables y visualmente atractivas.

Al segmentar la información por sexo, se observa que el 55,6% de las mujeres encuestadas consideran muy importante esta inclusión, mientras que solo el 2,8% la considera nada importante. Las mujeres representan el 80,6% del total de participantes en esta consulta. En el caso de los hombres, el 11,1% cree que es muy importante, y el 8,3% considera que es poco importante. Este contraste sugiere que las mujeres presentan una mayor disposición a interactuar con propuestas narrativas gráficas y simbólicas dentro de los contenidos educativos. Este dato puede ser relevante para futuros enfoques de diseño comunicacional, considerando la participación predominante de mujeres en la muestra.

Se puede concluir que la inclusión de PUMI en libros digitales, a través de una narrativa tipo cómic, es vista como una estrategia innovadora, pertinente y atractiva para la mayoría de estudiantes, especialmente mujeres. Esta aceptación refuerza la necesidad de incorporar recursos identitarios y formatos narrativos transmedia en el ámbito académico, permitiendo no solo una mejor comprensión del contenido, sino también una mayor conexión emocional con la institución.

Se recomienda la exploración del uso de la mascota institucional como figura central en diferentes plataformas educativas digitales, adaptando su presencia a los intereses y hábitos de consumo de la comunidad universitaria actual. A su vez, es importante destacar la aceptación del uso de PUMI en cómics dentro de libros digitales, ya que la narrativa gráfica del cómic se la puede ver como una estrategia atractiva e innovadora que permita además la identidad institucional, permitiendo una conexión emocional y cultural, haciendo que los contenidos sean accesibles y entretenidos.

Tabla 19.  
**¿Importancia de libros digitales institucionales lleven a su mascota PUMI como nueva forma de narrativa dentro el cómic?**

		¿Considera importante que en los libros digitales institucionales lleven a su mascota PUMI como parte de una nueva forma de narrativa cómic?			
		Muy importante	Poco importante	Nada importante	Total
Ingrese su sexo	Hombre	11,1%	8,3%	0,0%	19,4%
	Mujer	55,6%	22,2%	2,8%	80,6%
Total		66,7%	30,6%	2,8%	100,0%

Fuente: Encuesta realizada a docentes y estudiantes, elaboración propia

En la tabla 20 se visualiza, la evidencia que del 100% de los encuestados consideran que sí se puede aplicar esta estrategia, ya sea siempre (55,6%) o casi siempre (44,4%). Esto indica un consenso positivo respecto al uso de cómics y la mascota PUMI en libros digitales en la institución. Las mujeres representan una mayoría clara en la percepción favorable siendo el 50% creen que siempre es aplicable y el 30,6% consideran que casi siempre lo es. En total, el 80,6% de quienes están de acuerdo son mujeres. Por otro lado, los hombres representan una minoría en esta percepción el 5,6% creen que siempre es aplicable, el 13,9% consideran que casi siempre lo es. En total, el 19,4% de quienes están de acuerdo son hombres.

El resultado sugiere que incorporar cómics y personajes institucionales como PUMI podría ser una estrategia efectiva y bien recibida, especialmente entre mujeres estudiantes, esto podría guiar el diseño de recursos digitales más atractivos, lúdicos y visualmente accesibles, especialmente en áreas con alto componente teórico.

Sí, se considera viable aplicar nuevas formas de presentación en libros digitales mediante cómics y la mascota institucional PUMI. La aceptación es alta, especialmente entre mujeres, lo que indica una oportunidad clara para innovar en la comunicación educativa digital. Los datos recomiendan avanzar en el diseño de prototipos y pruebas piloto con enfoque en diversidad de áreas del conocimiento y género. Con el objetivo de explorar nuevas formas de presentación de contenidos en libros digitales, se evaluó la percepción de estudiantes respecto a la viabilidad de incorporar recursos narrativos como los cómics y la mascota institucional PUMI en diferentes áreas del conocimiento.

Desde una perspectiva didáctica y comunicacional, estos hallazgos respaldan la propuesta de desarrollar libros digitales con contenidos presentados mediante historietas

y personajes institucionales como PUMI, promoviendo una experiencia de aprendizaje más lúdica, accesible y cercana al estudiante. Este enfoque puede ser especialmente valioso para facilitar la comprensión en áreas con altos niveles de abstracción o complejidad teórica. La información analizada permite concluir la pertinencia y viabilidad en implementar nuevas formas de presentación de contenidos en libros digitales, mediante cómics y el uso de la mascota institucional PUMI.

Tabla 20.

**¿Considera aplicar nuevas formas de presentación de los contenidos en libros digitales en las diferentes áreas del conocimiento mediante Comics y mascota institucional?**

			¿Aplicar nuevas formas de presentación de los contenidos en libros digitales en las diferentes áreas del conocimiento mediante Comics y la mascota institucional PUMI?		
			Siempre	Casi siempre	Total
Ingrese su sexo	Hombre	%	5,6%	13,9%	19,4%
	Mujer	%	50,0%	30,6%	80,6%
Total		% total	55,6%	44,4%	100,0%

Fuente: Encuesta realizada a docentes y estudiantes, elaboración propia

En la tabla 21 se visualiza las variables analizadas en la herramienta SPSS permite determinar la importancia de incluir a la mascota institucional PUMI en libros digitales como cómic y la segunda variable la aplicación de nuevas formas de presentación de contenidos en libros digitales usando cómics y la mascota institucional.

Como resultado se obtuvo del Chi-cuadrado de Pearson = 7,082 con  $gl = 2$  y  $p = 0,029$  y la razón de verosimilitud = 7,596 con  $p = 0,022$ , al interpretar estos datos se estableció el valor de  $p < 0,05$  en ambos casos indica que existe una relación estadísticamente significativa entre las variables analizadas. Los resultados sugieren que las percepciones sobre la importancia de incluir a la mascota institucional PUMI en formato cómic y la aplicación de nuevas formas de presentar contenidos están asociadas significativamente.

La inclusión de PUMI en formato cómic representa una estrategia de narrativa transmedia institucional, que conecta emocionalmente a los estudiantes con los contenidos académicos. Este tipo de integración fortalece la identidad institucional y mejora la relevancia cultural de los libros digitales para los jóvenes universitarios. La aplicación de nuevas formas de presentación los resultados refuerzan la aceptación y valor que se da a formatos innovadores como los cómics en diferentes áreas del conocimiento.

Estos recursos gráficos facilitan el aprendizaje, especialmente entre generaciones nativas digitales, al ofrecer contenidos más visuales, dinámicos y accesibles.

Los datos muestran que hay una relación significativa entre la importancia de usar la mascota institucional PUMI en cómics y la aceptación de nuevas formas de presentación en libros digitales. Esto valida académica y comunicacionalmente la implementación de estrategias transmedia y narrativas visuales dentro del entorno educativo digital de la universidad. Este hallazgo respalda la propuesta de integrar elementos visuales y narrativos innovadores como los cómics y personajes institucionales en los materiales educativos digitales, promoviendo una mayor conexión emocional e identidad institucional entre los estudiantes.

Además, demuestra que los formatos narrativos como el cómic no solo enriquecen la experiencia de aprendizaje, sino que también constituyen herramientas eficaces para adaptar los contenidos académicos a las preferencias comunicacionales de las nuevas generaciones universitarias. Se demuestra que los formatos narrativos como el cómic no solo enriquecen la experiencia de aprendizaje, sino que también constituyen herramientas eficaces para adaptar los contenidos académicos a las preferencias comunicacionales de las nuevas generaciones universitarias.

Tabla 21.

**¿Importancia los libros digitales institucionales lleven a su mascota PUMI como nueva forma de narrativa, con un comic? ¿Aplicación formas de presentación de los contenidos en libros digitales mediante Cómics y la mascota institucional?**

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	7,082 <sup>b</sup>	2	,029
Razón de verosimilitud	7,596	2	,022

Fuente: Datos analizados en SPSS encuesta, elaboración propia

En el marco de una investigación cualitativa, se llevó a cabo un análisis de entrevistas aplicadas a actores clave en el ámbito educativo, cuyos resultados fueron interpretados utilizando la herramienta Atlas.ti. A partir del proceso de codificación y categorización temática, emergió con claridad la relevancia de incorporar nuevas narrativas en los procesos de enseñanza aprendizaje, especialmente en entornos mediados por tecnologías digitales.

El estudio identificó que elementos propios de las narrativas digitales, tales como la interactividad, la multimedialidad, los hipervínculos y los hipertextos, ofrecen un potencial significativo para transformar las prácticas pedagógicas tradicionales. Estas

características contribuyen a diversificar los modos de acceso a la información y favorecen procesos cognitivos más dinámicos, incrementando la atención y la concentración de los estudiantes. En este contexto, se destaca la propuesta de integrar el formato del cómic como una herramienta pedagógica innovadora dentro de libros digitales, utilizando como personaje principal a la mascota institucional. Esta estrategia no solo permite una mayor identificación afectiva y simbólica por parte del estudiantado, sino que también facilita la apropiación de contenidos a través de un lenguaje visual-narrativo cercano y atractivo.

La presencia de un personaje institucional como hilo conductor de las historias fortalece la cohesión comunicacional y fomenta el sentido de pertenencia con la institución educativa. El resultado general del análisis sugiere que la implementación de estas nuevas formas de lectura, apoyadas en recursos narrativos y tecnológicos, representa una vía eficaz para mejorar la calidad del aprendizaje en contextos universitarios, resumen generado en la nube de palabras de la figura 37.



Figura 25. Nube de palabras sobre las categorías importantes de la encuesta  
Fuente y elaboración propias

### 3. Propuesta publicada en otras herramientas

Diferentes herramientas como TWINE posibilitan crear una propuesta de la narrativa con imágenes, audios y textos, tomando en cuenta los hipervínculos que es parte de las nuevas narrativas. Por otro lado, dentro de Internet se tiene herramientas como CANVA o WIX que de forma gratuita se puede presentar la información con una propuesta transmedia, destacando los hipervínculos, enlaces, videos, audios, hipertextos.

Twine también puede ser una herramienta de código abierto para la creación de historias interactivas como el *web cómic*. Se utiliza principalmente para desarrollar narrativas ramificadas, donde el usuario puede tomar decisiones que afectan el desarrollo de la historia, ejemplo de la propuesta de acuerdo con la figura 26, esta herramienta permite crear historias interactivas donde los lectores pueden elegir su propio camino.

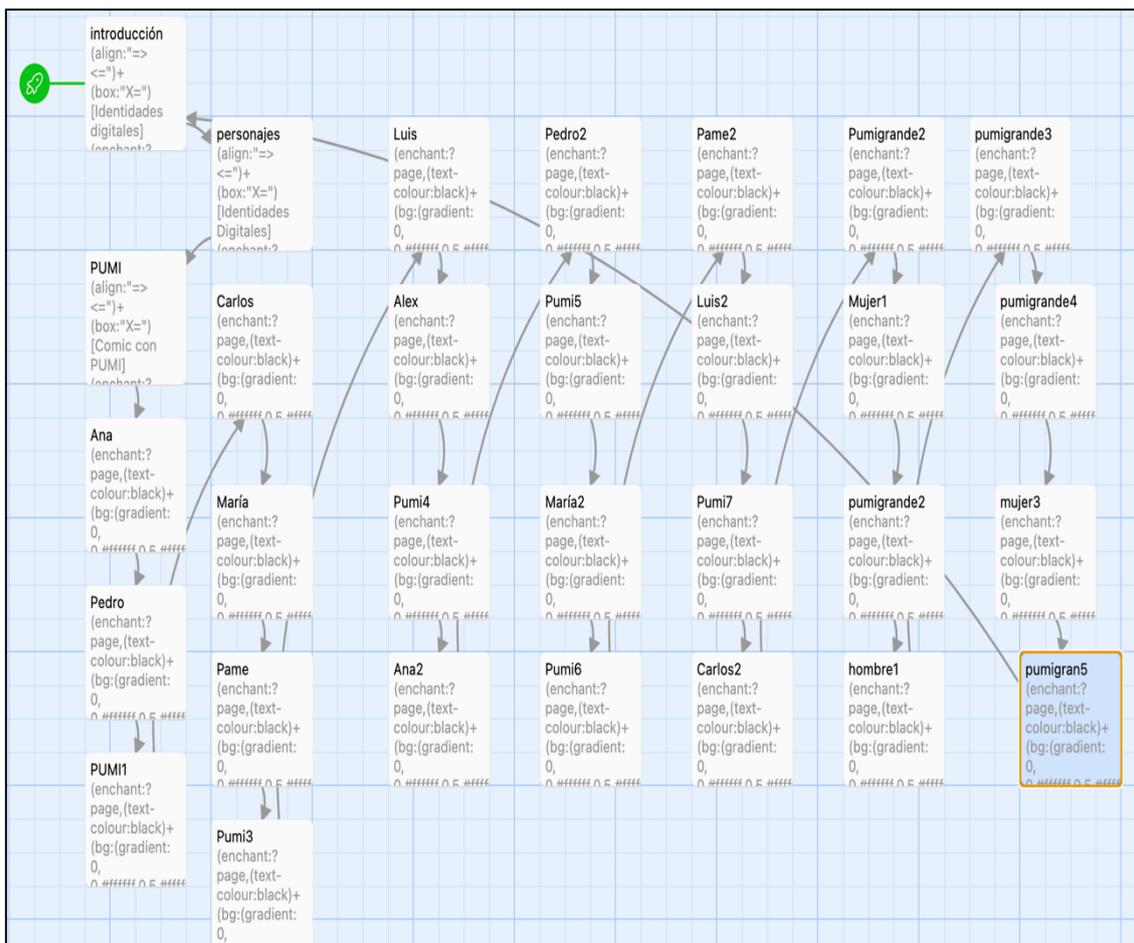


Figura 26. Propuesta desarrollada en la herramienta Twine  
Fuente y elaboración propias

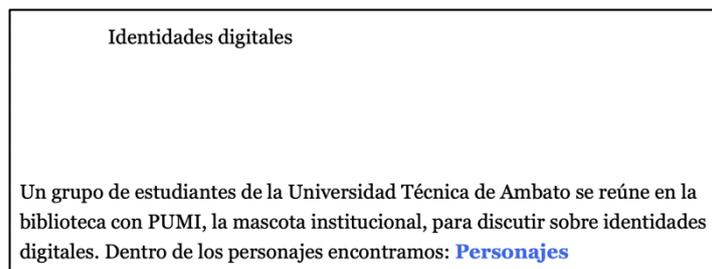


Figura 27. Narrativa en Twine  
Fuente y elaboración propias.

Dentro de la creación del *web cómic* se evidencia a los actores de acuerdo con la figura 28 siendo el principal protagonista PUMI como mascota con los colores característicos de la institución; a su vez, los personajes que representan a estudiantes universitarios, quienes generan una conversación con la mascota relacionado con el tema de identidades digitales, de acuerdo con la figura 28, mediante enlaces e hipervínculos.



Figura 28. Desarrollo de la narrativa en TWINE  
Fuente y elaboración propias.

El actor principal de esta propuesta es PUMI, quien mediante el texto y audio describe el desarrollo de la conversación entre personajes generando un clic en los enlaces que se presentan.

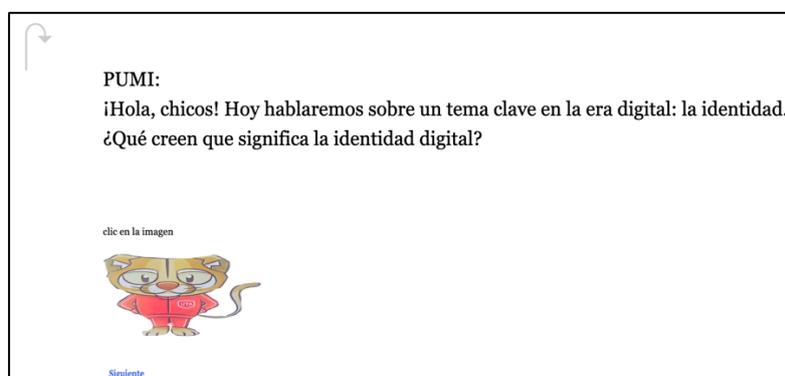


Figura 29. Enlaces en la imagen a audio simula la voz del cómic  
Fuente y elaboración propias.

Los audios de cada uno de los personajes fueron grabados con voces de personajes reales y también se ha utilizado la IA para la generación de texto a audio.

Por otro lado, la creación de nuevas narrativas hacen que las herramientas de Internet permitan presentar y publicar la información generada, de acuerdo con lo que se presenta en la figura 30 y el enlace adjunto de la plataforma en la que se ha publicado la propuesta que es la página WIX <https://camartinez2010.wixsite.com/martinezbonilla>

The screenshot shows a website layout with a navigation menu at the top: 'Principal', 'Educación', 'Comic' (highlighted), and 'Publicaciones'. Below the menu are links for 'Elementos' and 'Herramientas Digitales'. A shopping cart icon labeled 'esión' is in the top right. The main content area features a large heading 'Hi! Multimedia' and 'Proyecto Comic'. Below this is a section titled 'experiencias Narrativas COMIC' with a grid of six cartoon tiger characters in red outfits. To the right of the grid is a text block explaining comics: 'que combina ilustraciones y texto para contar una historia en una serie de cuadros o viñetas. En estas viñetas, los personajes, escenas y elementos de la historia se presentan en secuencias que permiten a los lectores seguir la trama de manera dinámica. Los cómics suelen incluir diálogos dentro de globos o bocadillos y, en muchos casos, onomatopeyas para representar sonidos, lo que los hace expresivos y atractivos. Los cómics pueden abarcar una gran variedad de géneros, desde aventura, humor, ciencia ficción, hasta drama, terror y más. Por su accesibilidad y atractivo visual, son muy populares entre públicos de todas las edades. Además, los cómics no solo se limitan a entretenimiento, sino que también pueden transmitir ideas complejas, como en el caso de los cómics educativos o de crítica social, y tienen un gran potencial en narrativas transmedia, donde pueden expandir y enriquecer una historia en múltiples plataformas.'

Figura 30. Propuesta en WIX  
Fuente y elaboración propias.

La propuesta del libro digital en WIX a parte del desarrollo y explicación de la importancia del cómic y sus características, se publica en una APP propia de WIX el libro digital como propuesta presentada y subida a la plataforma en formato PDF, de acuerdo con la figura 31.



Figura 31. Propuesta del cómic Presentada en WIX Fuente y elaboración propias.



Figura 32. Segunda parte de la propuesta publicada en WIX Fuente y elaboración propias



Crea tu propio File Embed - ¡gratis!

Figura 33: Segunda parte de la propuesta publicada en WIX  
Fuente y elaboración propias

La propuesta también puede ser generada en la herramienta digital CANVA de acuerdo con el siguiente enlace [https://www.canva.com/design/DAGmAak-f00/EAcpu0tIdRhs-C5K0\\_30gQ/edit?utm\\_content=DAGmAak-f00&utm\\_campaign=designshare&utm\\_medium=link2&utm\\_source=sharebutton](https://www.canva.com/design/DAGmAak-f00/EAcpu0tIdRhs-C5K0_30gQ/edit?utm_content=DAGmAak-f00&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton), esta plataforma ofrece plantillas para crear historietas personalizadas presentadas en línea, permite a los usuarios innovar en el diseño de cómics de forma fácil, ejemplo presentado en la figura 34.

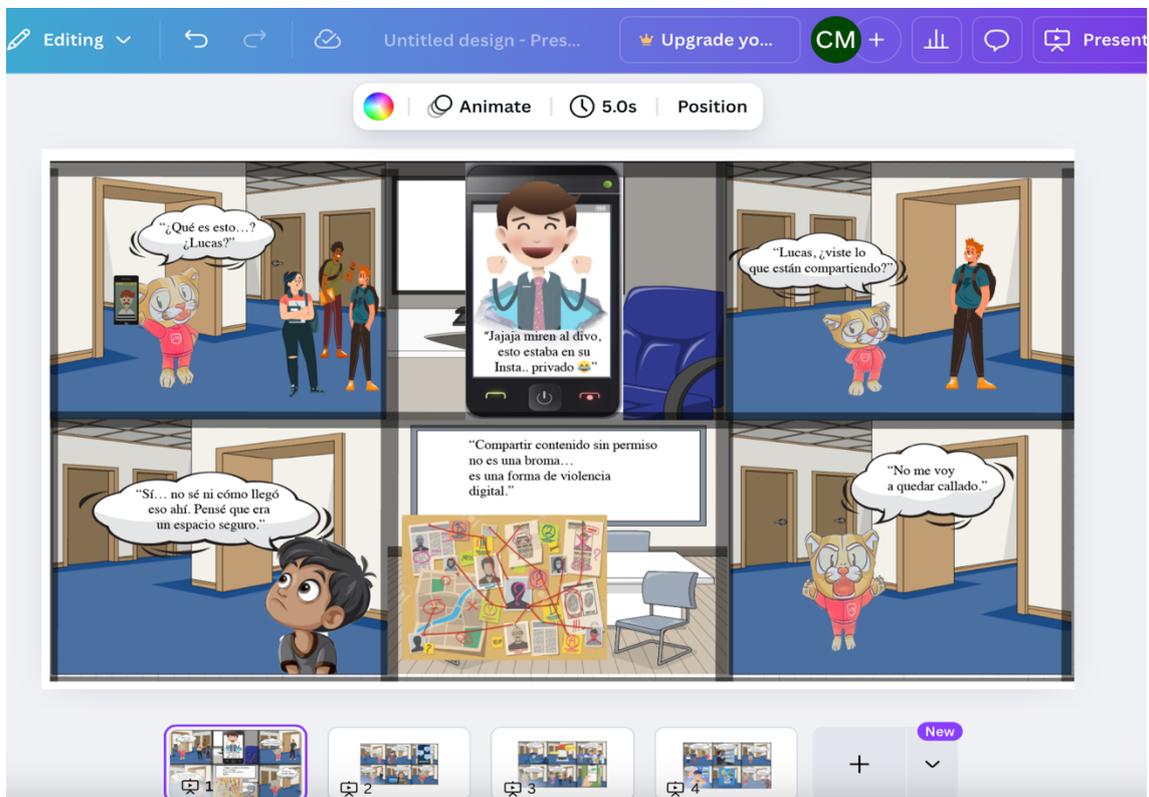


Figura 34. Propuesta desarrollada en CANVA  
Fuente y elaboración propias.

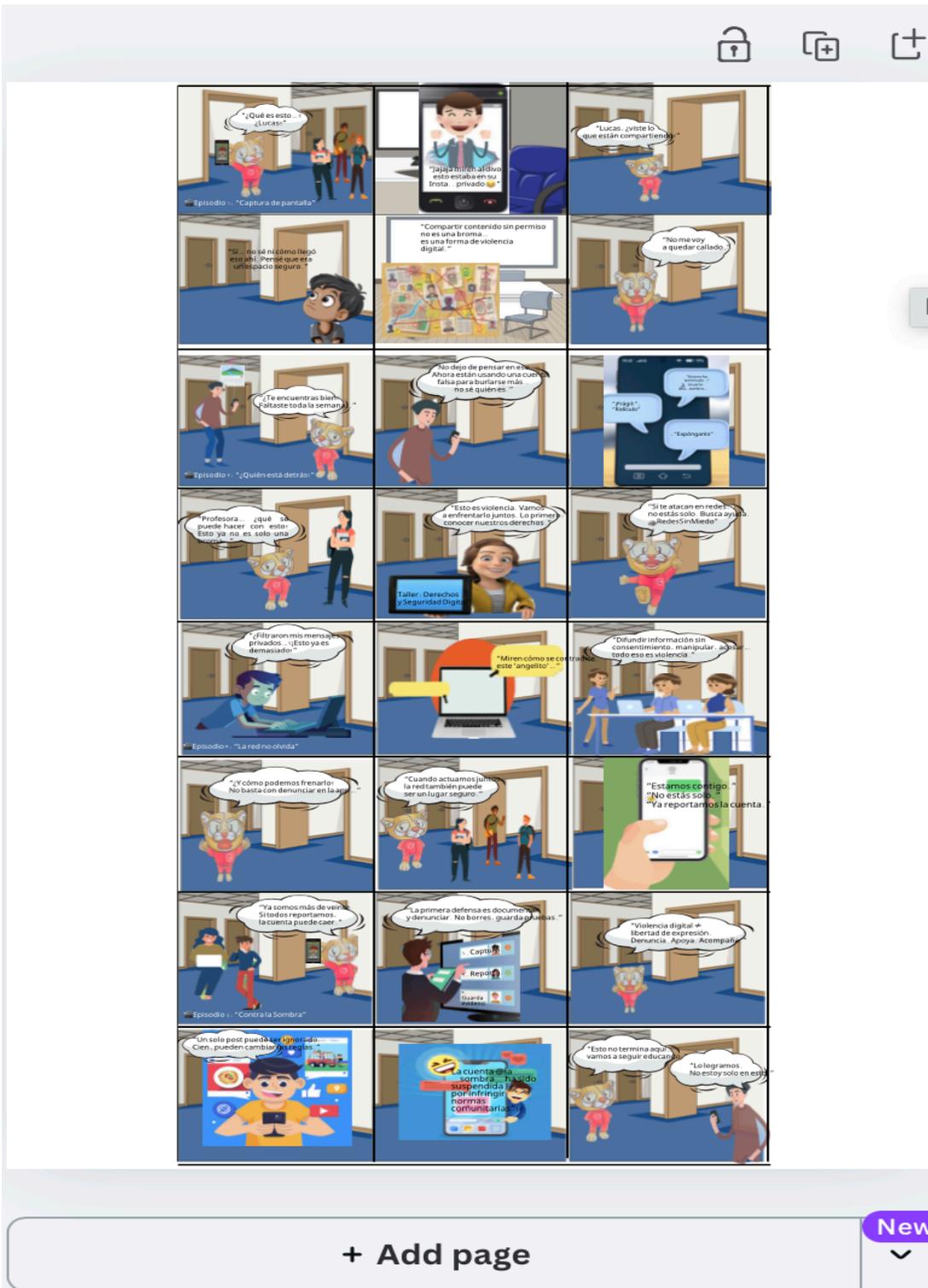


Figura 35. Elaboración de la propuesta también realizada en CANVA Fuente y elaboración propias

## Conclusiones

El cómic, dentro de la narrativa transmedia, la educación y la comunicación digital, se posiciona como un recurso innovador y eficaz. Su capacidad para captar y mantener la atención de los usuarios en la era digital lo convierte en una herramienta valiosa. Al integrarse en plataformas digitales, el cómic no solo enriquece la experiencia de aprendizaje, sino que también adapta la narrativa a formatos interactivos y accesibles, incorporando enlaces y alineándose con las nuevas formas de consumo de contenido. No obstante, aunque el entorno digital ofrece ventajas como la interactividad y el alcance global, también plantea retos importantes, entre ellos la sobrecarga de información y la fragmentación de la atención.

Las historias se cuentan a través de plataformas digitales y multimedia, considerando el contexto cultural y social del lector. Esta forma de narratología ayuda a entender cómo diferentes audiencias pueden interpretar un mismo relato de maneras diversas; por lo que, el innovar el estudio de teorías pueden abordar desafíos contemporáneos en la narrativa misma que incluye aspectos de identidad, poder y representación.

Para que las narrativas transmedia evolucionen de manera integral, es fundamental equilibrar el potencial de los medios digitales con una reflexión crítica sobre sus desafíos y su impacto en la lectura, la participación y la interacción en entornos digitales. En este contexto, las instituciones de educación superior, como la Universidad Técnica de Ambato (UTA), enfrentan la necesidad de innovar en sus estrategias de difusión académica. Esto implica incorporar formatos digitales atractivos y accesibles que respondan a los intereses de las nuevas generaciones de estudiantes, quienes, en muchos casos, muestran escasa motivación hacia la lectura en formatos tradicionales.

Los resultados obtenidos a partir de la adaptación de PUMI como herramienta de apoyo para la lectura digital y transmedia se fundamentan en una encuesta y entrevistas realizadas a 21 docentes, con un promedio de edad de 46 años, y a 57 estudiantes, con una media de 19 años. Para integrar a la mascota PUMI y las características propias de las narrativas transmedia como el cómic en los libros digitales de la Universidad Técnica de Ambato (UTA), se definieron atributos específicos del personaje y expresiones que se ajustan al contexto en el que se desarrollan dichos materiales digitales.

Se concluye la importancia de los guiones, que permitan tener una secuencia de los diálogos, por lo que el uso de PUMI como elemento de identidad de marca y cultura

corporativa ofrece ventajas actuando como un símbolo visual que fortalece el reconocimiento y conexión emocional con el universitario. El PUMI como parte del cómic como herramienta transmedia, representa una estrategia innovadora que puede fortalecer la interacción entre los estudiantes y los contenidos académicos presentados por los docentes, promoviendo una lectura más dinámica y significativa.

La presencia de la mascota humaniza la comunicación de la institución, facilitando la transmisión de valores y mensajes de manera atractiva. Además, una mascota bien diseñada puede adaptarse a diferentes plataformas y formatos, potenciando la estrategia transmedia y generando una comunidad en torno a la marca; de hecho, en el ámbito corporativo se fomenta el sentido de pertenencia entre todos los actores que forman parte de la institución en especial en la académica, reforzando la cultura organizacional y los principios institucionales.

La interacción y participación activa del usuario en la participación estudiantil en el proceso de diseño y validación de estas estrategias es fundamental para garantizar su eficacia, siendo el cómic una herramienta que fomenta la interacción, la creatividad y el pensamiento crítico en el entorno académico.

Se concluye que tanto docentes como estudiantes frecuentemente buscan información en libros digitales, ya que la institución tiene acceso a repositorios, donde se visualiza siempre la información en todas las áreas del conocimiento. Es por ello que es importante la interactividad para la lectura de los libros digitales.

Se concluye que el 76 % de docentes consideran importante que se desarrollen los libros digitales y tengan la mascota PUMI institucional como parte de una nueva forma para narrar mediante un cómic, mientras que se concluye en estudiantes el 70 % la importancia de una propuesta presentada en la investigación; por otro lado, el 90 % de los docentes consultados si pueden aplicar nuevas formas para presentar los contenidos en libros digitales en las diferentes áreas del conocimiento, en cuanto a los estudiantes un 86 % consideran importante las nuevas narrativas un aporte importante en la lectura digital.

Es importante destacar que los libros interactivos digitales deben tener palabras e imágenes acorde al contexto y el contenido de los libros para un mejor entendimiento, cuyo objetivo es mejorar la didáctica con los libros digitales y las nuevas narrativas con experiencias innovadoras en el proceso enseñanza aprendizaje.

La libertad de la mente para crear contenidos, la utilización de los signos, interacciones multimedios en un mundo amplio, se encontrarán infinitos puntos de vista,

tiempos y espacios, para la construcción de las narrativas. Es por ello que el cómic interactivo debe generar en el lector espacios para elegir rutas narrativas e ir desbloqueando contenidos mediante la interacción en cada una de las viñetas.

La integración del cómic es relevante no solo como un símbolo de identidad y representación, sino también como una herramienta para fortalecer la comunicación y la cultura de lectura, destacando que fortalece la alfabetización visual, expresión oral y escrita, información establecida de acuerdo con la entrevista realizada a los sujetos de estudio. El fortalecimiento del vínculo institucional en el uso de PUMI en narrativas transmedia no solo permite la difusión del conocimiento, sino también fortalece el sentido de pertenencia hacia la institución, al incorporar elementos simbólicos y culturales propios del contexto andino y de la provincia.

Las plataformas digitales como espacios de expansión académica en la inserción de productos académicos en plataformas digitales mediante narrativas transmedia, como libros digitales interactivos, permite a la UTA extender su alcance más allá del formato físico, alineándose con las preferencias tecnológicas y visuales de los estudiantes actuales. La implementación de libros digitales en cada una de las áreas del conocimiento es importante para el aprendizaje de una mejor forma, donde se pueda añadir actividades en los Comics para reforzar la lectura. Se establecen nuevos elementos y estrategias narrativas transmedia para adaptar la mascota PUMI sea como viñeta o video en libros digitales de la UTA; donde, colores, formas, viñetas, personajes son parte de los nuevos libros digitales.

La implementación de los Comics genera más atracción e involucramiento, busca la incluir actividades donde los jóvenes estudiantes puedan interactuar con los libros digitales. Esta nueva forma de presentación de contenidos digitales actualmente no debe dejar de lado la conexión en Internet.

La propuesta permitirá incrementar el interés de conocer además aspectos relevantes de la institución y brindar información de temas universitarios. La iniciativa de la propuesta aumentará el interés en la lectura de los libros digitales, más aún si son interactivos, tomando en cuenta también la relación entre el docente y estudiante para un mejor entendimiento de los contenidos de los libros digitales mediante cómics. El potencial de posicionamiento institucional en la propuesta contribuye al posicionamiento digital de la UTA, al incorporar elementos innovadores que pueden distinguir su producción académica y fortalecer su relevancia en el ámbito educativo nacional e internacional.

Se establece que la interacción es una idea actual llamativa y motivadora para leer; con el apoyo del cómic mejora la interacción y llegar a un público mayoritario a nivel universitario, beneficiando el entendimiento de la lectura que conlleve a varios estudiantes a hacer uso de nuevas estrategias y herramienta para motivar el hábito de la lectura.

La importancia de la narrativa digital y la etnografía en la implementación de estrategias transmedia debe ir acompañada de metodologías cualitativas, como la etnografía digital, que permitan comprender las experiencias de los estudiantes y adaptar los contenidos de acuerdo con sus emociones, necesidades y formas de aprendizaje.

Como conclusión final y luego de investigar se determina que es posible adaptar a la mascota institucional PUMI como cómic mediante estrategias de narrativa transmedia en libros digitales de la Universidad Técnica de Ambato, visibilizando las producciones digitales en las diferentes áreas del conocimiento, para mejorar e innovar las formas de lectura, con la producción de contenidos y estableciendo una relación de pertinencia con la mascota institucional.

## Lista de referencias

- Adorno, Theodor W. 2023. *Dialéctica de la Ilustración*. Madrid: Akal México.
- Aguirre Román, Javier, y Nancy Liliana Villamizar Meza. 2017. “Quino: del mundo del cómic al mundo de la filosofía”. *Revista Filosofía UIS* 15 (1): 163–88. <https://doi.org/10.18273/revfil.v15n1-2016008>.
- Alonso, Exequiel, y Viviana Alejandra Murgia. 2020. “Narrativa transmedia pedagógica: etapas, contextos y dimensiones para su inclusión en el aula”. *Propuesta educativa* (53): 99–112.
- Arias, Oscar, y Guillermo Del Campo Saltos. 2024. “Narrativas transmedia como herramienta innovadora para el aprendizaje interactivo en entornos educativos digitales: Transmedia narratives an innovative tool for interactive learning in digital educational environments”. *LATAM: Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades* 5 (6). <https://doi.org/10.56712/latam.v5i6.3177>.
- Asión Suñer, Ana, y Julio A Gracia Lana. 2024. *El cómic: Relatos conectados con otras artes*. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza.
- Atarama-Rojas, Tomás, y Natalie Menacho-Girón. 2018. “Narrativa transmedia y mundos transmediales: Una propuesta metodológica para el análisis de un ecosistema mediático, caso Civil War”. *Revista de Comunicación* 17 (1): 34–56. <https://doi.org/10.26441/RC17.1-2018-A2>.
- Ayers, William, y Ryan Alexander Tanner. 2017. *Enseñar, un viaje en cómic*. Madrid: Morata.
- Biblioteca Nacional de Colombia. 2024. “Biblioteca Nacional de Colombia”. *Biblioteca Digital* (blog). 2024. [https://www.bibliotecanacional.gov.co/Pages/PageNotFoundError.aspx?requestUrl=https://www.bibliotecanacional.gov.co/recursos\\_user/digitalizados/fmutis\\_3649.pdf](https://www.bibliotecanacional.gov.co/Pages/PageNotFoundError.aspx?requestUrl=https://www.bibliotecanacional.gov.co/recursos_user/digitalizados/fmutis_3649.pdf).
- Carr, Nicholas. 2015. *Superficiales: ¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes?* Barcelona: Penguin House Grupo Editorial, S.A.U.
- Chamba, Darío Gonzalo Cevallos. 2018. “Narrativas transmedia: historias contadas desde la multiplicidad de medios”. *Revista Estudiantil ILLARi*, nº 5.
- Chartier, Roger, y Carlos A. Scolari. 2019. *Cultura escrita y textos en red*.

- Collins, Karen, Bill Kapralos, y Holly Tessler. 2014. *The Oxford Handbook of Interactive Audio*. Oxford Handbooks. Oxford: Oxford university press.
- Cook, Roy T. 2024. "What Is Spider-Man's Real Name? Marvel Comics as Fictional Journalism". *Canadian Journal of Philosophy*, noviembre, 1–27. <https://doi.org/10.1017/can.2024.31>.
- Cordón García, Raquel Gómez Díaz, Julio Alonso Arévalo, y José Alonso Berrocal. 2014. *El ecosistema del libro electrónico universitario*. Ediciones Universidad de Salamanca.
- Davidson, Drew, ed. 2010. *Cross-Media Communications: An Introduction to the Art of Creating Integrated Media Experiences*. Pittsburgh, Pa.: ETC Press.
- Di Liddo, Annalisa. 2009. *Alan Moore: Comics as Performance, Fiction as Scalpel*. Jackson: University Press of Mississippi.
- Díaz de Guereñu, Juan Manuel. 2014. *Hacia un cómic de autor: A propósito de arrugas y otras novelas gráficas*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Díaz Noci, Javier. 2001. *La escritura digital: Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico*. Bilbao: Univ. del País Vasco, Servicio Editorial.
- Lantorno, Carla. 2022. "La narrativa transmedia como estrategia pedagógica". *La narrativa transmedia como estrategia pedagógica* (blog). 2022. <https://www.educ.ar/recursos/158471/narrativa-transmedia-como-estrategia-pedagogica>.
- Eisner, Will, y Milton Thomas Inge, eds. 2011. *Will Eisner: Conversations*. 1. print. Jackson, Miss: University Press of Mississippi.
- Esteban, Almudena, Ling Tan, Alodia Quesada, Bing Zhang, Cristina Pujol, Mar de Fontcuberta, Danuta-Assia Ottman, Marta Portales, y Eloisa Hormigo. s. f. "Los usos educativos de las narrativas transmedia".
- Freeman, Matthew, y William Proctor. 2018. *Global Convergence Cultures: Transmedia Earth*. New York: Routledge.
- Freire, Maximina Maria. 2020. "Transmedia Storytelling: From Convergence to Transliteracy". *DELTA: Documentação de Estudos Em Lingüística Teórica e Aplicada* 36 (3): 2020360309. <https://doi.org/10.1590/1678-460x2020360309>.
- García Avilés, José Alberto. 2024. "Cómo se cuenta la historia: Tipología de las narrativas interactivas en el periodismo". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 30 (4): 897-907. <https://doi.org/10.5209/emp.98652>.

- Gil González, Antonio J. 2012. + *Narrativa(s): intermediaciones novela, cine, cómic y videojuego en el ámbito hispánico*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.
- Gispert De Chia, Nuria. 2024. “Creatividad y Tecnología: Estructuras Narrativas Ilimitadas en la Creación de Mundos Transmediales”. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review / Revista Internacional de Cultura Visual* 16 (6): 285–94. <https://doi.org/10.62161/revvisual.v16.5321>.
- Grasseni, Cristina, Bart Barendregt, Erik De Maaker, Federico De Musso, Andrew Littlejohn, Marianne Maeckelbergh, y Mark Westmoreland. 2022. *Audiovisual and digital Ethnography*.
- Gray, Dave., Brown, Sunni., Macanuso, James. *Gamestorming: 83 juegos para innovadores, inconformistas y generadores del cambio*. España: Deusto, 2012.
- Hernández, Denise. 2006. “Writing Space: Computers, Hypertext, and the Remediation of Print”.
- Hernández Sierra, María Guadalupe, Irene Zapata Silva, Francisco Javier Segura Mojica, Blanca Estela Ramírez Gámez, y María Alejandra Escobar Cisneros. 2024. “Modificación de los hábitos de lectura en jóvenes universitarios a partir de la inserción de formatos digitales”. *Revista Científica de Salud y Desarrollo Humano* 5 (2): 326–45. <https://doi.org/10.61368/r.s.d.h.v5i2.138>.
- Hidalgo, Antonio López. 2016. “El periodismo que contará el futuro” *Chasqui: Revista latinoamericana de comunicación*: 239-56.
- Hutcheon, Linda, y Siobhan O’Flynn. 2013. *A Theory of Adaptation*. Second edition. London New York: Routledge, Taylor & Francis Group. <https://doi.org/10.4324/9780203095010>.
- Islas, Octavio. 2008. “Marshall McLuhan y la complejidad digital”. *Razón y palabra*: 63
- Jenkins, Henry. 2008a. *Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.
- . 2008b. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. 1. publ. in paperback 2008, Updated with a new afterword [Repr.]. New York: New York University Press.
- Jiménez Narros, Carlos. 2016. *Tendencias en el ecosistema mediático*. Madrid: Dykinson.
- Lähteenmäki, Ilkka. 2021. “Transmedia History”. *Rethinking History* 25 (3): 281–306. <https://doi.org/10.1080/13642529.2021.1963597>.

- Landow, George P. 2009. *Hipertexto 3.0: La teoría crítica y los nuevos medios en una época de globalización*. Buenos Aires: Ediciones Paidós.
- Lantorno, Carla. 2022. «La narrativa transmedia como estrategia pedagógica». *La narrativa transmedia como estrategia pedagógica* (blog). 2022. <https://www.educ.ar/recursos/158471/narrativa-transmedia-como-estrategia-pedagogica>.
- Lavado Tejón, Joaquín Salvador. 2007. “Reflexiones: La opinión de los demás (blog)”. *Quino*. 21 de noviembre. <https://www.quino.com.ar/reflexiones>.
- López-Prados, Sheila, y Francisco Saez-de-Adana. 2023. “Cómic como herramienta para la sensibilización sobre la necesidad de atender a la diversidad: Una mirada inclusiva”. *Ocnos: Revista de estudios sobre lectura* 22 (1). [https://doi.org/10.18239/ocnos\\_2023.22.1.333](https://doi.org/10.18239/ocnos_2023.22.1.333).
- Maldonado, Martín Ignacio, y Luis Sebastián Rossi. 2023. “Edición de libros digitales en editoriales universitarias argentinas: aproximaciones teóricas y experiencias concretas”. *CDyT*: 13 (15). <https://ojstesteo.uner.edu.ar/index.php/Scdyt/article/view/1799>.
- Marín-Marín, Andrés Esteban. 2017. “Comunicación Transmedia en los medios corporativos y públicos”. *Anesma. Comunicación, tecnología y sociedad* 43 <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.33843.64807>.
- McErlean, Kelly. 2018. *Interactive Narratives and Transmedia Storytelling: Creating Immersive Stories Across New Media Platforms*. Nueva York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315637570>.
- Meneses, Guillermo Alonso. 2018. *Jóvenes, dispositivos electrónicos e (hiper) comunicación digital: Usos y efectos socioculturales de las e-Tic*. México: El Colegio de la Frontera Norte.
- Moralejo Alvarez, María Remedios. 2004. *Del texto al hipertexto las bibliotecas universitarias ante el reto de la digitalización*. Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.
- Pérez Calle, Ricardo, ed. 2023. *Nuevas tendencias en gestión e innovación empresarial: adaptación a los nuevos escenarios globales y domésticos*. Madrid: Dykinson.
- Perez, Faustino. 1997. “Tralala del comic. Spain: Digitalia Publishing”. *Digitalia*. <https://www.digitaliapublishing.com/a/12718>.
- Pintor Iranzo, Ivan. 2018. *Figuras del Cómic: Forma, tiempo y narración secuencial*. Valencia: Universidad de València Servicio de Publicaciones.

- Pratten, Robert. 2011. *Getting Started with Transmedia Storytelling*. S. l.: Createspace.
- Quintana, Fernando Cruz. 2022. *La industria del libro en la era digital*. Ciudad de México: Tintable.
- Ramos, Juanjo. 2022. *Narrativas transmedia y storytelling*. XinXii. E-book.
- Rampazzo, Renira, Geane Carvalho, y Lorena Tárzia. 2020. *Theory: Development, and Strategy in Transmedia Storytelling*.
- Raphael, Jordan, y Tom Spurgeon. 2003. *Stan Lee and the Rise and Fall of the American comic Book*. Chicago, Ill.: Chicago Review Press.
- Rodrigo Segura, Francesc, Jerónimo Méndez Cabrera, y Dominika Fajkisová. 2023. *Enseñar con el cómic: investigación y aplicaciones*. Madrid: Dykinson. <https://www-digitaliapublishing-com.uta.lookproxy.com/a/144078>.
- Rovira-Beleta Cuyás, Enrique. 2004. *Libro blanco de la accesibilidad*. Catalunya: Universitat Politècnica de Catalunya.
- Salinas, Martín Alejandro. 2023. “El cómic como herramienta para la enseñanza y la transmisión del patrimonio”. 12.
- Sánchez, Domingo, y Mesa Martínez, eds. 2019. *Narrativas transmediales: La metamorfosis del relato en los nuevos medios digitales*. Gedisa: Barcelona.
- Santos Díaz, Inmaculada Clotilde, Manuel Francisco Romero Oliva, Hugo Heredia Ponce, y Ester Trigo Ibáñez. 2024. “Perfiles lectores adolescentes: lectura en papel versus digital”. *Revista Electrónica de Investigación Educativa* 26:1–14. <https://doi.org/10.24320/redie.2024.26.e02.4990>.
- Scolari, Carlos. 2013a. *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Madrid: Deusto.
- Scolari, Carlos, Nohemi Lugo Rodríguez, y María José Masanet. 2019. “Transmedia Education. From the Contents Generated by the Users to the Contents Generated by the Students. 74<sup>a</sup> ed.”. *Revista Latina de Comunicación Social*. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1324en>.
- The CORE Escuela Superior de Audiovisuales. 2024. “¿Qué es la narrativa transmedia y por qué funciona para tu contenido?” *The Core School - Comunicación y Medios* (blog). 2024. <https://www.thecoreschool.com/blog/que-es-la-narrativa-transmedia-y-por-que-funcionara-para-tu-contenido/>.
- Tortosa, Virgilio, ed. 2008. *Escrituras digitales: Tecnologías de la creación en la era virtual*. Literatura. San Vicente del Raspeig: Univ. de Alicante.

Vázquez Cano, Esteban, y María Luisa Sevillano García. 2015. *Dispositivos digitales móviles en Educación: El aprendizaje ubicuo*. Narcea.

WIRED. 2023. “Los mejores lectores de libros electrónicos (e-readers) para comprar”.

*WIRED* (blog). 2023. <https://es.wired.com/galerias/mejores-lectores-de-libros-electronicos-e-readers>.

## Anexos

### Anexo 1: Guión del diálogo para la creación del cómic (ejemplo 1)

<b>Diálogo sobre Identidades Digitales para la propuesta</b>
<p>Un grupo de estudiantes de la Universidad Técnica de Ambato se reúne en la biblioteca con PUMI, la mascota institucional, para discutir sobre identidades digitales.</p> <p>Personajes: PUMI, Alex, Pedro, Carlos, Luis, Ana, María, Pame.</p> <p><b>PUMI1:</b> ¡Hola, chicos! Hoy hablaremos sobre un tema clave en la era digital: la identidad. ¿Qué creen que significa la identidad digital?</p> <p><b>Ana1:</b> Yo creo que es la forma en la que nos mostramos en redes sociales y plataformas en línea.</p> <p><b>Pedro1:</b> Exacto. En internet creamos un perfil con fotos, comentarios y actividades que reflejan cómo queremos que los demás nos vean.</p> <p><b>PUMI2:</b> Muy bien. Nuestra identidad digital es una extensión de nuestra identidad personal. ¿Creen que siempre coincide con lo que somos en la vida real?</p> <p><b>Carlos1:</b> No siempre. Muchas veces mostramos solo lo positivo y ocultamos aspectos de nuestra vida que no queremos compartir.</p> <p><b>María1:</b> Además, algunos crean perfiles falsos o exageran su personalidad para encajar en ciertos grupos.</p> <p><b>Pame1:</b> Eso puede ser peligroso, porque también puede prestarse para engaños y situaciones de acoso.</p> <p><b>PUMI3:</b> Así es. La identidad digital también está influenciada por la cultura y la sociedad. Por ejemplo, en redes sociales adoptamos ciertas tendencias y formas de expresarnos según nuestro entorno.</p> <p><b>Luis1:</b> Claro, en cada red social nos comportamos diferente. No es lo mismo lo que publicamos en Instagram que en LinkedIn.</p> <p><b>Alex1:</b> Y también cambia con la edad. Lo que nos interesa en la adolescencia no es lo mismo que en la adultez.</p> <p><b>PUMI4:</b> Exactamente. La identidad es dinámica y evoluciona con el tiempo. Además, la identidad digital puede afectar nuestra reputación en la vida real. ¿Han pensado en cómo lo que publican hoy podría influir en su futuro profesional?</p> <p><b>Ana2:</b> ¡Uf! A veces no pensamos en eso. Pero muchas empresas revisan los perfiles de los candidatos antes de contratarlos.</p> <p><b>Pedro2:</b> Entonces, es importante construir una identidad digital responsable y coherente con nuestros valores.</p> <p><b>PUMI5:</b> Exacto. Reflexionar sobre cómo nos representamos en línea es fundamental. Además, debemos ser conscientes de cómo la tecnología puede influir en nuestra identidad, como los algoritmos que moldean lo que vemos y consumimos.</p> <p><b>María2:</b> Entonces, ¿qué podríamos hacer para mantener una identidad digital sana y segura?</p> <p><b>PUMI6:</b> Algunas recomendaciones son:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ser auténticos y evitar la presión de encajar en estereotipos irreales.</li> <li>2. Pensar antes de publicar y considerar el impacto de nuestros mensajes.</li> <li>3. Configurar bien la privacidad en redes sociales.</li> <li>4. Evitar compartir información personal sensible.</li> <li>5. Construir una identidad digital positiva que refleje nuestros valores.</li> </ol> <p><b>Pame2:</b> Me gusta la idea de ser responsables con lo que compartimos. Podemos influir en nuestra comunidad digital de forma positiva.</p> <p><b>Luis2:</b> Y también aprender a identificar noticias falsas y perfiles engañosos para no caer en trampas.</p> <p><b>PUMI7:</b> ¡Exacto! Construir una identidad digital consciente y segura es clave en este mundo interconectado. ¡Gracias por compartir sus ideas!</p>

**Carlos2:** ¡Gracias, PUMI! Esta conversación nos ha hecho reflexionar sobre nuestra presencia en internet.

**PUMIgrande1**

¡Exacto! A veces, las personas piensan que la identidad es como un escudo, algo que nos separa de lo diferente, pero en realidad, es todo lo contrario. La identidad se enriquece cuando nos abrimos a los demás

**Mujer 1**

Es curioso cómo a veces lo desconocido nos asusta, como si lo extraño pudiera contaminarnos. Pero en realidad, cuando aceptamos lo que es diferente, aprendemos más sobre nosotros mismos.

**Pumigrande2**

Eso me recuerda a la historia de nuestra universidad. Aquí, cada estudiante viene con su propio mundo, pero cuando compartimos, creamos algo nuevo. No somos solo individuos aislados, sino parte de un todo.

**Hombre1**

Me gusta pensar que la identidad es como una obra de arte en constante evolución. No hay un solo color, sino una mezcla de tonalidades que se transforman con cada pincelada.

**Pumigrande3**

Y eso nos lleva a una idea clave: un mundo no solo para los semejantes, sino un mundo abierto para todos. Uno donde cada identidad tenga su espacio y al mismo tiempo se nutra del contacto con los demás.

**Mujer2**

¡Exacto, Pumi! Porque en el fondo, nada es puro, todo es mixto. Las culturas, las lenguas, las ideas... Todo se transforma cuando se encuentra con lo diferente.

**PUMIgrande4**

Entonces, en lugar de levantar muros, deberíamos construir puentes. Porque en la diversidad es donde realmente descubrimos quiénes somos.

**Mujer3**

¡Así es! Ser abiertos no significa perder nuestra identidad, sino fortalecerla con cada nuevo encuentro.

**Pumigrande 5**

¡Un mundo abierto, Ese es el verdadero camino hacia el cambio.  
Y hacia un futuro donde la identidad no nos divida, sino que nos una.

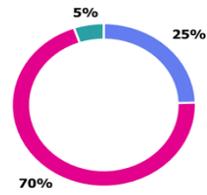
**Anexo 2: Respuesta a las preguntas de la encuesta a docentes y estudiantes**



4. ¿Con qué frecuencia usted acude a buscar información en un libro digital?

[Más detalles](#)

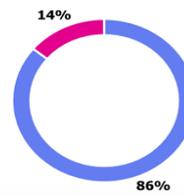
● Siempre	14
● Casi Siempre	40
● Nunca	3



5. ¿Considera importante que exista interactividad en un libro digital?

[Más detalles](#)

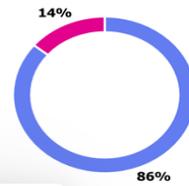
● Muy importante	49
● Poco Importante	8
● Nada Importante	0



6. ¿De las opciones presentadas cual de ellas considera innovadora?

[Más detalles](#)

● Opción 1	49
● Opción 2	8

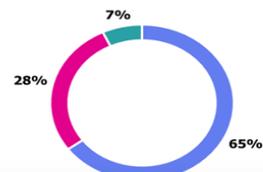


¿Considera importante que en los libros digitales institucionales que los docentes desarrollan lleven a su mascota PUMI como parte de una nueva forma de narrativa, por ejemplo un comic?

7. ¿Considera importante que en los libros digitales institucionales que los docentes desarrollan lleven a su mascota PUMI como parte de una nueva forma de narrativa, por ejemplo un comic?

[Más detalles](#)

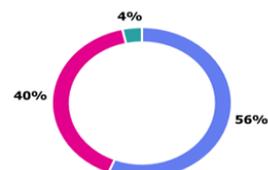
● Muy importante	37
● Poco importante	16
● Nada importante	4

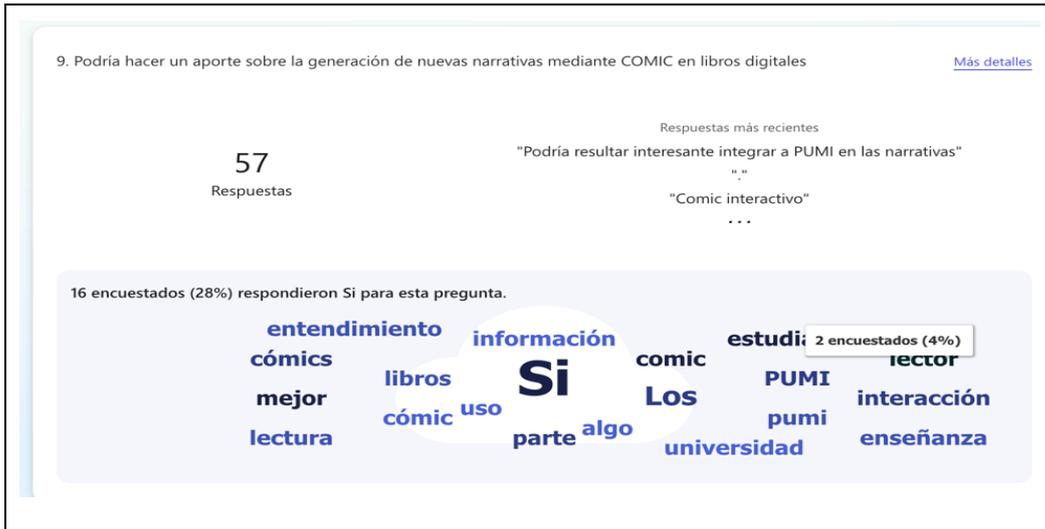


8. ¿Considera que se puede aplicar nuevas formas de presentación de los contenidos en libros digitales en las diferentes áreas del conocimiento mediante COMICs y la mascota institucional PUMI?

[Más detalles](#)

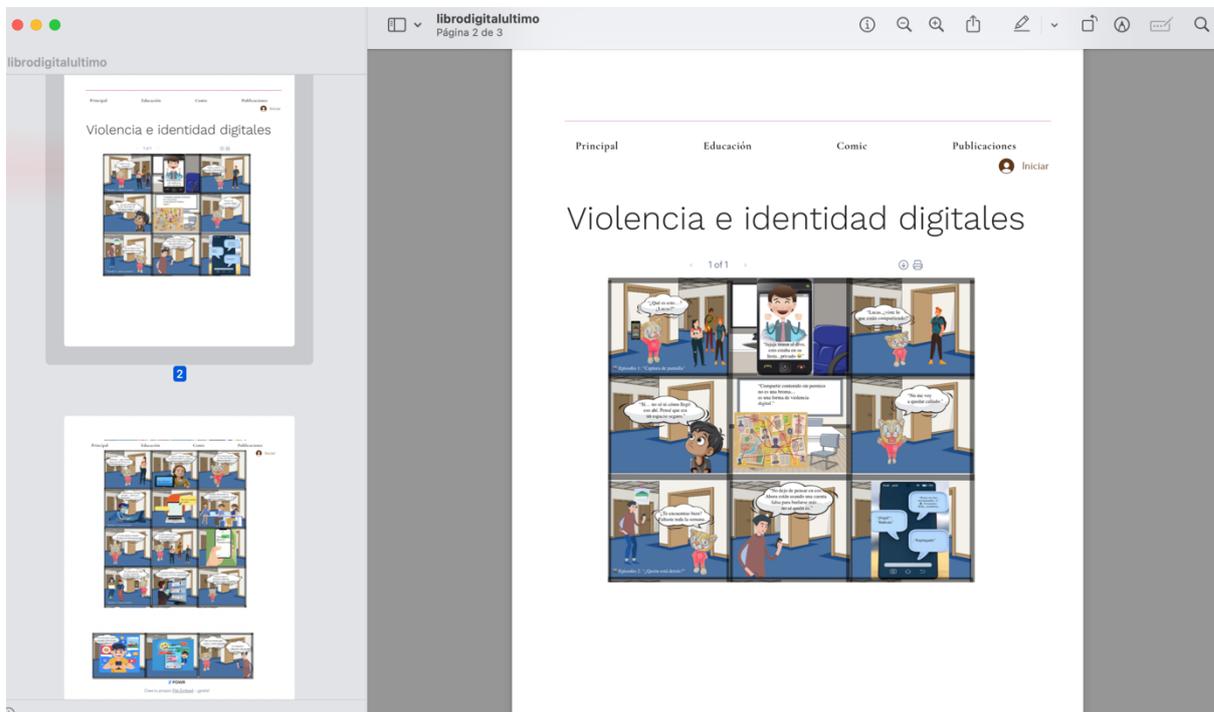
● Siempre	32
● Casi Siempre	23
● Nunca	2





## Anexo 3: Libros digitales

### Libro digital en formato EPUB



### Propuesta libro electrónico

Universidad Andina Simón Bolívar  
Sede Ecuador

Comunicación

Maestría

Comunicación y Transmedia

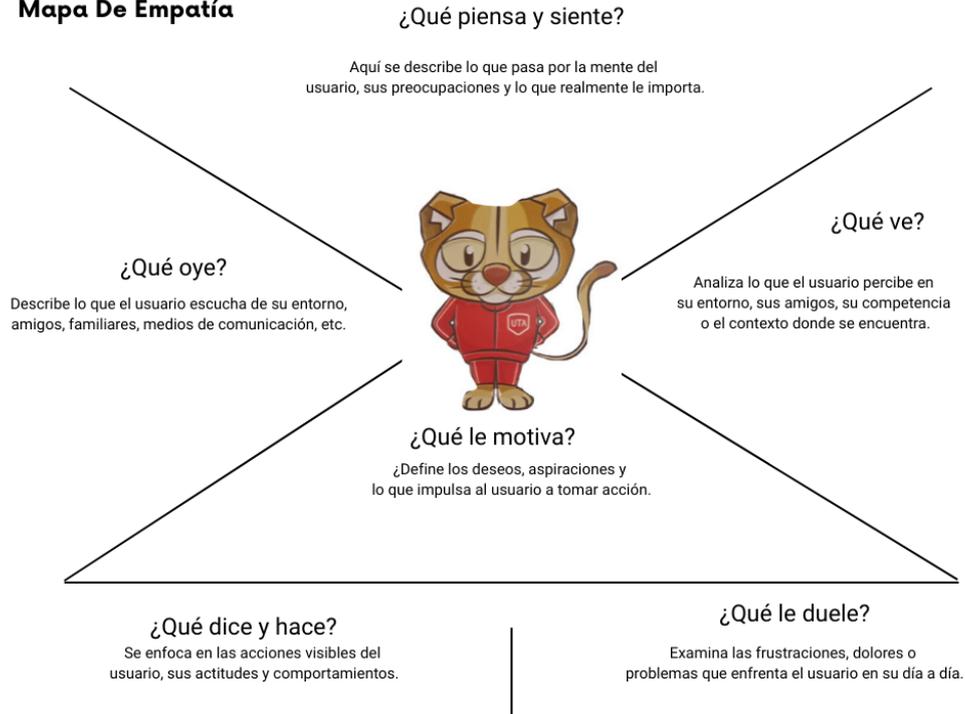
La adaptación de la mascota institucional PUMI para el desarrollo de un cómic dentro de la estrategia transmedia para los libros digitales de la Universidad Técnica de Ambato

Carlos Alberto Martínez Bonilla  
Tutor/a: Pablo Escandón

Quito, 2025

## Anexo 4: Mapas de empatía ejemplos de 3 estudiantes

### Mapa De Empatía



## Estudiante 1

### Mapa de Empatía

#### ¿Qué piensa y siente?

##### ¿Qué es lo más importante?

Si nos centramos en el PUMI de la UTA pienso que lo más importante de este personaje es representar a la universidad con rasgos de orgullo y diversión al resultar como un ente memorable.

##### ¿Cuáles son sus preocupaciones principales?

Considero que sus principales preocupaciones son estar expuesto a críticas, a no encajar o a no ser suficiente para la comunidad universitaria.

##### ¿Le da tranquilidad y seguridad?

Su protagonismo en diferentes eventos y su representatividad hace que genere un espacio de tranquilidad y seguridad, puesto que pone en juego su sentido de pertenencia y admiración.

#### ¿Qué oye?

##### ¿Qué consejos o sugerencias le daría?

Le diría que siga mostrando su autenticidad, sin perder su esencia y que esté orgulloso de sí mismo.

##### ¿A qué mensajes está expuesto a través de los medios, redes sociales?

Toda la audiencia tiene sus maneras de expresar su imagen, ya sea para anuncios, informes, diseños, memes comentarios, etc.

##### ¿Qué escucha de sus compañeros sobre él?

Entre comentarios hay dualidades a algunos les parece interesante mientras que para otros lo mejor sería reemplazarlo con algo más cultural y emblemático.



#### ¿Qué ve?

##### ¿Qué está viendo en la figura?

Observo a un puma andino hecho anime, con una ropa de color rojo lo que representa a la UTA, además del sello y el carisma que refleja.

##### ¿Qué comportamientos observa?

Es bastante notorio su actitud de alegría, firmeza, actitud positiva, inclusión y diversidad.

##### ¿Cómo le gustaría verle (cómic, afiche, cuadro, libros, otros)

Sería interesante ver a este personaje en un cómic con diálogos humorísticos, pero a la vez de inclusión e integración entre estudiantes.

#### ¿Qué le motiva?

##### ¿Cuáles son sus principales deseos y objetivos?

Desde mi perspectiva, pienso que su deseo es seguir siendo un personaje admirado, querido y reconocido y si llega a ser cambiando a lo mejor desea dejar un legado memorable de inclusión y alegría.

##### ¿Le da energía mirarle?

Su diseño llama mucho la atención, sobre todo como refleja los colores de la UTA genera un sentido crítico y de energía vibrante.

##### ¿Le motiva para el futuro?

Sí, su continuidad y sus rasgos puede motivar a las nuevas generaciones mantener este esquema.

##### ¿Qué tipo de recompensas o logros busca?

Busca ser el centro de atención, representación y de orgullo universitario.

#### ¿Qué dice y hace?

##### ¿Cómo se comporta en situaciones similares?

Como una mascota anime se comporta de acuerdo a las características que son programadas, en este caso, enfatiza confianza, sociabilidad y entusiasmo.

##### ¿Qué tipo de interacciones tiene en redes sociales?

Interactúa al dar a conocer noticias relevantes de la UTA, dando consejos, ánimo y participando en diferentes eventos conmemorables.

##### ¿Cómo expresa sus emociones o pensamientos frente a lo que está viviendo?

Sus rasgos faciales buscan reflejar alegría, orgullo y entusiasmo. Su aparición en eventos demuestra apoyo y ánimo.

##### ¿Qué tipo de lenguaje debería utilizar?

Debería hacer uso de un lenguaje inclusivo, adaptado a las diferentes discapacidades existentes dentro de la UTA.

#### ¿Qué le duele?

##### ¿Qué le molesta o le preocupa al verla?

Lo que puede doler es sentir ser ignorado, o ser visto como una burla más no como una identidad.

##### ¿Qué le impide reconocerle?

Pueden ser los ajustes que posee, a lo mejor si se elabora un diseño más llamativo con más rasgos de liderazgo y empoderamiento lo haría más reconocido.

##### ¿Qué soluciones le da a la imagen?

Mantener un diseño llamativo, coherente y atractiva; añadir más elementos educativos como una mochila o adaptarlo a las facultades, evolucionarlo, pero sin dejar de lado su esencia.

## Estudiante 2

<p><b>¿Qué oye?</b>  <b>¿Qué consejos o sugerencias le daría?</b>            Que nunca cambie su esencia  <b>¿A qué mensajes está expuesto a través de los medios, redes sociales?</b>            A mensajes tanto positivos como negativos, mensajes lindos y feos  <b>¿Qué escucha de sus compañeros sobre él?</b>            Nada malo, que es muy tierno y tiene una linda presentación</p>	<p><b>¿Qué piensa y siente?</b>  <b>¿Qué es lo más importante?</b>            Lo más importante para mí es mi familia  <b>¿Cuáles son sus preocupaciones principales?</b>            Mis tareas y esforzarme para llegar a ser alguien importante  <b>¿Le da tranquilidad y seguridad?</b>            Estoy tranquilo porque sé que estoy yendo por buen camino y esforzándome lo suficiente</p>	<p><b>¿Qué ve?</b>  <b>¿Qué está viendo en la figura?</b>            Un puma muy lindo que representa a la Universidad  <b>¿Qué comportamientos observa?</b>            Tranquilidad  <b>¿Cómo le gustaría verle (¿cómic, afiche, cuadro, libros, otros)?</b>            Me gustaría verle en cómic</p>
<p><b>¿Qué dice y hace?</b>  <b>¿Cómo se comporta en situaciones similares?</b>            Con mucha tranquilidad y calma  <b>¿Qué tipo de interacciones tiene en redes sociales?</b>            Tengo interacciones buenas, muy agradables  <b>¿Cómo expresa sus emociones o pensamientos frente a lo que está viviendo?</b>            No demuestro muchos mis sentimientos  <b>¿Qué tipo de lenguaje debería utilizar?</b>            Un lenguaje educado a pesar de todas las adversidades</p>	<p><b>¿Qué le motiva?</b>  <b>¿Cuáles son sus principales deseos y objetivos?</b>            Mi principal objetivo es graduarme y ser feliz con mi familia  <b>¿Le da energía al mirarle?</b>            Me ayuda mucho  <b>¿Le motiva para el futuro?</b>            A veces sí, a veces no  <b>¿Qué tipo de recompensas o logro busca?</b>            Poder llegar muy lejos en la vida</p>	<p><b>¿Qué le duele?</b>  <b>¿Qué le molesta o le preocupa al verle?</b>            Se le ve triste  <b>¿Qué le impide reconocerle?</b>            No está con la misma energía que lo caracteriza  <b>¿Qué soluciones le da a la imagen?</b>            Darle un poco más de color para que se lo pueda reconocer y aumentarle una sonrisa</p>

## Estudiante 3

### ¿Qué piensa y siente?

Pienso que el logo busca representar a la universidad de manera cercana y juvenil aunque puede tomar un sentido más formal, siento que tiene un estilo simpático y amigable, tal vez dirigido a generar identidad con los estudiantes, me transmite tranquilidad visual, aunque quizá no del todo formal o institucional, dependiendo del contexto donde se use.

### ¿Qué ve?

• Veo un personaje tipo mascota, con un diseño caricaturesco. Se lo conoce como Pumi ,está vestido con el uniforme de educación física de la universidad lo cual le da sentido de pertenencia. • Me parece llamativo y moderno, aunque podría percibirse como más adecuado para espacios informales o promocionales. • Me gustaría verlo en materiales como cómics, afiches o incluso animaciones. Para documentos formales, tal vez se debería usar un logotipo más sobrio o institucional.

### ¿Qué le motiva?

Si el logo se usa bien, puede motivar a sentir orgullo por la universidad, logra transmitir energía y dinamismo, sobre todo para eventos, actividades estudiantiles o redes sociales, su estilo puede atraer a estudiantes más jóvenes o de nuevo ingreso, al hacerlo sentir como parte de una comunidad activa.

### ¿Qué oye?

Algunos comentarios que escucho son positivos: lo ven como una imagen fresca, amigable y diferente, también hay sugerencias de que podría modernizarse o diferenciarse mejor en contextos académicos serios. en redes y medios, el logo se asocia con campañas internas, promociones y contenidos estudiantiles, pero por lo general pasa desapercibido siento que a veces falta un poco más de coherencia visual en su uso.

### ¿Qué dice y hace?

Desde mi punto de vista como estudiante reacciono con interés ante elementos visuales que representan a la universidad, pero también con criterio: si el logo me parece infantil o poco representativo, lo comento. • ¿Qué tipo de interacciones tiene en redes sociales?

Suelo dar “me gusta” o compartir contenido institucional si el mensaje es claro, visualmente atractivo y útil para mí como estudiante. • ¿Cómo expresa sus emociones o pensamientos frente a lo que está viendo? Si el logo me parece amigable, lo percibo como parte de una comunidad accesible. Si no me representa, puedo sentir desconexión o indiferencia. • ¿Qué tipo de lenguaje debería utilizar? Un lenguaje inclusivo, directo, cercano, que evite tecnicismos innecesarios y que refleje la voz de los estudiantes, no solo de la institución.

### ¿Qué le duele?

Que el logo, aunque simpático, tal vez no transmita profesionalismo en todos los contextos es decir que puede no encajar en comunicaciones formales como certificados o congresos. ¿Qué le impide reconocerle? Falta de coherencia en su uso: si se aplica en algunos espacios y en otros no, o si su diseño no es distintivo en comparación con otras instituciones. ¿Qué soluciones le da a la imagen? Podría tener versiones adaptadas según el contexto (una más formal, otra más juvenil). También, reforzar su presencia en campañas que hablen directamente de las experiencias estudiantiles, no solo desde lo institucional.