

Narrativa interactiva como estrategia didáctica. El caso del MOOC *Literacidad Informativa: Exploradores de la Posverdad vs. Noticias Falsas*¹

Dra. María Luisa Zorrilla Abascal²

Lic. Bruno Salvador Hernández Levi³

Universidad Autónoma del Estado de Morelos, México

Temática: XII Foro Educación Superior, innovación e internacionalización

Palabras clave: MOOC, *storytelling*, narrativa interactiva, comic, *fake news*, posverdad, literacidad informativa

Resumen

Este trabajo da cuenta de la implementación del MOOC (Curso Masivo Abierto en Línea) *Literacidad Informativa: Exploradores de la Posverdad vs. Noticias Falsas*, diseñado a partir de una estrategia de narrativa interactiva, y desarrollado por la Universidad Autónoma del Estado de Morelos en México. Se exploran las dimensiones tanto temática, como de diseño y producción del curso, desde su concepción hasta su implementación.

Introducción

Desde el año 2016 el equipo de e-UAEM (Programa de Formación Multimodal de la Universidad Autónoma del Estado de Morelos en México) se propuso generar iniciativas innovadoras en el diseño de MOOCs (Cursos Masivos Abiertos en Línea, por sus siglas en inglés), a partir de estrategias que involucraran las narrativas, también conocidas como *storytelling*. Se inició con el MOOC *Búsqueda en Internet para Universitarios* (Zorrilla, 2017), el cual está por abrir su tercera emisión (septiembre 2018). Con base en dicha experiencia, el equipo de e-UAEM se planteó un nuevo proyecto: el MOOC *Literacidad Informativa: Exploradores de la Posverdad vs. Noticias Falsas*, que se implementó en junio de 2018, en la antesala del mayor proceso electoral que se ha dado en México. Este documento da cuenta de su proceso de diseño, producción e implementación.

Concepción y diseño del MOOC

El tema y su importancia

Para este tercer MOOC producido por e-UAEM (el segundo fue dedicado a la *Curaduría de Recursos Educativos en Línea*), la temática estuvo clara desde el primer semestre de 2017: queríamos hacer un curso que contribuyera al desarrollo de habilidades para una interacción crítica con la información, especialmente aquella en redes sociales. No es casualidad que este tema hubiere captado nuestra atención, si consideramos que las campañas electorales para la presidencia de los Estados Unidos de América en 2016 y el referéndum del mismo año en el Reino Unido para decidir su permanencia o salida de la Unión Europea (Brexit), dispararon astronómicamente el uso del término "posverdad", que en ese año fue declarado palabra internacional. El tema siguió en 2017, cuando la expresión *fake news* fue considerada "Palabra del Año 2017" por el Diccionario Collins.

¹ Ponencia sometida a consideración para Virtual Educa Argentina 2018

² Es Doctora en Educación egresada de la University of East Anglia (Reino Unido). Profesora-Investigadora adscrita al Instituto de Ciencias de la Educación de la Universidad Autónoma del Estado de Morelos y Coordinadora del Programa de Formación Multimodal (e-UAEM).

³ Es Licenciado en Comunicación Social por la UAM y candidato a Maestro en Comunicación y Tecnologías Educativas por el ILCE. Es líder del equipo de producción de recursos educativos de e-UAEM.

A lo largo de varios meses durante 2017 investigamos el tema, con miras a participar con nuestro producto en la Global Media and Information Literacy Week 2017 a celebrarse a finales de octubre de ese año, evento organizado por la UNESCO. Sin embargo, otros proyectos impidieron priorizar la producción de este MOOC, cuya implementación decidimos programar en la antesala del proceso electoral a realizarse en México en julio de 2018, el más grande en la historia del país, en el que se definirían más de 3 mil cargos a nivel local, estatal y federal, incluyendo la Presidencia de la República. Consideramos pues, que coyunturalmente el MOOC era necesario en vísperas de tan importante proceso electoral, especialmente a la luz de lo sucedido en los comicios estadounidenses.

Un primer acercamiento al tema nos llevó a confirmar que existe muy poco material educativo a este respecto en idioma español. Si bien hay investigación e intenciones de política educativa en temas denominados como Alfabetización en Medios y Alfabetización Informacional, los aterrizajes concretos de dichas iniciativas son escasos y están enfocados en aspectos diferentes a los que nos interesaban.

Para resumir en forma muy sucinta la información más visible en el tema, podríamos decir que encontramos tres hitos:

1) La conformación en 2002 del grupo de trabajo denominado "Hacia un currículum iberoamericano de educación en medios". La labor inicial fue construir un diagnóstico en torno al tema de la inclusión (o no) de la educación en medios en los países de la región. El diagnóstico incluyó a los siguientes países: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, España, México, Perú, Portugal, El Salvador y Venezuela; posteriormente se agregaron los informes de Ecuador y Uruguay. El resultado más importante obtenido fue confirmar que no había en los países estudiados un componente curricular vertical sobre educación en medios, es decir, no existían "en los planes de estudios un curso dedicado con exclusividad a los medios de comunicación como objeto de estudio" (Castillo y Gastaldi, 2005, p. 15). Se encontró también, que había intenciones de crear objetivos transversales (horizontales) para integrar la educación en medios en la educación formal (*ibid*).

2) En la publicación denominada *Information Literacy: An International State-of-the-Art Report* (2007), el segmento dedicado a América Latina, preparado por Jesús Lau de la Universidad Veracruzana, refleja claramente que el enfoque de lo que se denomina "habilidades informacionales" está centrado en el ámbito bibliotecario y de la información pública. Entre los ejemplos que se presentan sobre los avances en la materia en México, están los recursos para el desarrollo de la literacidad informacional en las bibliotecas de importantes universidades como la UNAM, ITESM, ITESO, entre otras, así como iniciativas del INEGI (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática), como la producción de guías para el uso de la información generada por dicha entidad o del IFAI (Instituto Federal de Acceso a la Información) para orientar a la población en el ejercicio de su derecho al acceso a la información. También se mencionan algunos cursos universitarios para el desarrollo de habilidades informacionales, como los ofertados por la Universidad de las Américas, el ITESM, la UACJ y en el Consorcio Clavijero.

3) Una década después de las iniciativas mencionadas, encontramos en el nuevo Modelo Educativo mexicano (SEP, 2017) la intención de construir lo que se denomina como "habilidades digitales". El documento en cuestión, contempla que, al término de la secundaria, "el estudiante compara y elige los recursos tecnológicos a su alcance y los aprovecha con una variedad de fines de manera ética y responsable. Aprende diversas formas para comunicarse y obtener información, seleccionarla, analizarla, evaluarla, discriminarla y organizarla" (p. 52) y para quien egresa de la educación media superior, en materia de habilidades digitales, el modelo plantea que "utiliza adecuadamente las Tecnologías de la Información y la Comunicación para investigar, resolver problemas, producir materiales y expresar ideas".

Si bien en otros países como el Reino Unido, Australia y los Estados Unidos se ha evolucionado de la *Media Literacy* (Alfabetización de Medios) a la *Media and Information Literacy* (Alfabetización de Medios e Informacional), en México no se logró aterrizar una estrategia nacional para la alfabetización en medios y actualmente, en línea con las tendencias internacionales, se ha transitado, al menos en el discurso de la política educativa, hacia las denominadas "habilidades digitales", que en su definición se acercan mucho a lo que hoy se conoce como Alfabetización o Literacidad Informacional. El problema, desde nuestro punto de vista, es que falta aterrizar la construcción de dichas habilidades en estrategias y productos concretos.

Las hoy llamadas *MIL skills* (*Media and Information Literacy skills*), son un compuesto que abarca las competencias para encontrar, recuperar, evaluar, usar y comunicar información, sin importar el soporte o formato de dicha información, es decir, sea a través de medios tradicionales o de nuevos medios digitales. A este respecto Lau afirma que los individuos en general usan información, sin importar su bagaje educativo o cultural (2013, p. 82). Es una competencia que hoy necesitamos todos, especialmente ante el cúmulo de información a la que estamos expuestos y la incertidumbre respecto a su veracidad.

A falta de recursos en español en torno al tema de la Literacidad Informacional, nos dimos a la tarea de producir un curso para todo público, que dotara a quienes lo tomaran de competencias básicas para el consumo crítico y la socialización responsable de la información.

El diseño del MOOC y el papel de la narrativa interactiva

Para el diseño de este curso decidimos seguir explorando diseños a partir del *storytelling*, porque es una estrategia que reporta variados beneficios para el aprendizaje, entre los que destacan:

- Facilita el recuerdo o acceso sencillo a la memorización.
- Vincula las emociones y la empatía.
- Propicia el aprendizaje reflexivo.
- Inspira y motiva a la audiencia.
- Genera y construye conocimiento e información a partir de la experiencia de otros.
- Provee la adopción de distintos puntos de vista.
- Eleva la creatividad y la imaginación de los estudiantes.
- Facilita la adaptación de nuevos procedimientos en la praxis educativa (lista adaptada y resumida por Zorrilla, 2017, a partir de Observatorio de Innovación Educativa, 2017)

Con base en la experiencia del diseño e implementaciones del MOOC *Búsqueda en Internet para Universitarios* (2016 y 2017) y a partir de la escasa literatura referente al uso de *storytelling* en el diseño de MOOCs (Cornock, 2017; Gértrudix, Rajas y Álvarez, 2017; Johnston, 2016), nos planteamos generar un nuevo producto educativo a partir del uso narrativas. Nuestro interés, desde una perspectiva de innovación educativa, no era repetir la fórmula que habíamos desarrollado para el curso previo, sino buscar nuevos ángulos para el uso de las narrativas.

En el MOOC anterior, el ingrediente del *storytelling* estaba presente en dos tipos de videos:

- Anécdotas del campo de investigación, a cargo de la experta en contenido, las cuales brindaban un contexto de la vida real a los diferentes temas.
- El tratamiento de los diversos temas a partir de figuras como la metáfora, la ironía, la alusión, la parodia y el simulacro, resultante en breves historias ficticias y divertidas, relacionadas con narrativas populares; esto representaba la dimensión lúdica de cada tópico.

Para el nuevo MOOC, después de varias sesiones de pensamiento creativo de los integrantes del equipo a cargo, se tomaron los siguientes acuerdos en cuanto al manejo y propósito de las narrativas:

- Al igual que en MOOC previo, habría dos planos narrativos: a) El “serio”, mediante clips de video de la experta en contenido contextualizando los temas de cada semana; y b) El “lúdico”, que tendría una sola historia que evolucionaría a lo largo del curso.
- La investigación realizada hasta el momento en torno al tema de las *fake news* nos había dado la idea de que invariablemente no se sabe a ciencia cierta quién/es genera/n esas historias y con qué oscuros intereses. Ello dio pauta a generar una narrativa en donde hubiera un súper villano que fabricara historias falsas (el Dr. Falaz) y unos superhéroes que enfrentarían al villano (los Exploradores de la Posverdad).
- Para la narrativa de héroes vs. villano consideramos que el formato ideal era el del cómic, que ha sido el tradicionalmente empleado para las historias de superhéroes. Sin embargo, determinamos que los superpoderes de nuestros héroes serían precisamente habilidades informacionales, que fueran puestas en juego en “casos de la vida real”. La presencia de un talentoso artista gráfico⁴ y fan del género dentro del equipo de producción de e-UAEM fue clave para el desarrollo de los personajes. Dichos desarrollos (a excepción del villano que se mantendría como una silueta misteriosa hasta el episodio final), también servirían como postales promocionales del curso.



⁴ Además de la participación de un talentoso artista gráfico, Luis Gustavo Medina Figueroa, otro factor clave en la creación de este MOOC fue el involucramiento de dos integrantes del equipo de e-UAEM con perfil en las áreas de comunicación y educación. La líder del proyecto, autora principal de este trabajo, es licenciada y maestra en Comunicación y doctora en Educación; el co-autor de este trabajo es licenciado en Comunicación Social y candidato a maestro en Comunicación y Tecnologías Educativas.

¿QUIERES IDENTIFICAR NOTICIAS CONFIABLES?



SLAY

Estudiante de Ciencias Computacionales que detecta todo tipo de inteligencia artificial; ningún bot se le puede esconder. Su medio natural son los foros y la Deep Web... Su debilidad... es conseguir vidas para el Candy Crush.

Inscríbete hoy en <http://mexicox.gob.mx> y vive con Slay la historia en este MOOC. Iniciamos el 4 de junio

UAEM  

¿QUIERES IDENTIFICAR NOTICIAS CONFIABLES?



RAÚL

Estudiante de Derecho que puede identificar las falacias en el discurso más convincente. Su medio es el Twitter y su debilidad... la adicción a *La Rosa de Guadalupe*

Inscríbete hoy en <http://mexicox.gob.mx> y vive con Raúl la historia en este MOOC. Iniciamos el 4 de junio

UAEM  

- Dado que nuestro villano, el Dr. Falaz, sería una figura misteriosa y omnipresente a lo largo del curso, decidimos utilizarlo para generar una “contra-narrativa” mediante anti-consejos en cada tema.

 Exploradores de la Posverdad
23 hrs · 🌐

Conoce al Dr. Falaz, el hombre detrás de las noticias falsas. Este es su rostro.



- Se decidió que la narrativa fuera interactiva, dado que las decisiones que toma la gente día a día respecto a compartir o reaccionar a la información (falsa o no) tienen consecuencias en la agenda pública. Para ilustrar el impacto de dichas decisiones, se diseñó un quiz para cada semana, el cual, según las elecciones de cada participante, entregaba finales alternativos diferenciados. Los finales de cada semana estaban representados por primeras planas de diarios en los que la realidad cambiaba, según las decisiones que hubieren tomado los participantes. Para este manejo de la narrativa nos inspiramos en el formato de la famosa serie de libros para niños *Choose Your Own Adventure* creada por Edward Packard en los años setenta.

Adicional al material relacionado con las narrativas del curso (el video de la experta en contenido, el episodio semanal de cómic con sus finales alternativos y el producto semanal de contra-narrativa del Dr. Falaz), se decidió generar los siguientes materiales:

- Una frase semanal para enfocar el tema a abordar.

- Textos cortos bien documentados, con un formato más tradicional, para el desarrollo de cada tema.
- Cuestionarios automatizados semanales para la evaluación de los principales aspectos de cada tema.
- Recursos adicionales (para saber más) en cada tema.
- Foros de discusión semanales no-obligatorios.
- Se generó un podcast paralelo al curso con dos propósitos: a) ofrecer en versiones de audio todos los materiales de lectura; b) ofrecer un programa semanal para comentar lo sucedido en el curso en cada tema; este programa se denominó “El Pulso del Grupo”. En el apartado de resultados del MOOC en este documento se reporta el impacto registrado por este recurso.

De esta manera, el curso tenía la dimensión “seria”, más académica, y la dimensión “lúdica”, para hacer el aprendizaje amable y divertido.

Al igual que en nuestros MOOCs anteriores, para el desarrollo de este curso se tomaron en cuenta las pautas del Diseño Universal para el Aprendizaje (DUA) (Pastor, Sánchez H., Sánchez S. y Zubillaga, 2013). Como resultados el curso incluyó elementos tales como: subtítulos opcionales en todos los videos; textos sobre la imagen de los videos para enfatizar información clave; textos en formato para lectura y en audio (vía podcast); inclusión de organizadores gráficos en todos los textos; información en diferentes formatos y soportes; preámbulos para enfatizar elementos simples de planteamientos más complejos; vinculación de los temas con ejemplos cercanos a los participantes; ejercicios para la activación de los conocimientos adquiridos; y promoción de comunidades de aprendizaje, entre los más importantes. Como “regalos” al final del curso, se incluyeron un cuadernillo en PDF con la colección de todas las lecturas y un episodio adicional de nuestros superhéroes, en el que se exploran sus respectivas debilidades, en formato de boceto, para destacar el valor de la creación original de todo el concepto de la historieta.

También se decidió que, en términos de la tipología generalizada para clasificar este tipo de cursos, que el nuestro sería un xMOOC. Según Bartolomé y Steffens (2015), los xMOOC son cursos que se basan en contenidos estructurados y actividades de aprendizaje

Qué se requirió para la producción e implementación de este MOOC

Pese a sus evidentes ventajas, el *storytelling* implica retos que radican en el desarrollo de la historia en un formato multimedia (o incluso transmedia), lo que requiere el involucramiento de un equipo multidisciplinario que cubra no sólo el área de conocimiento objeto del recurso educativo (en este caso la Literacidad Informacional), sino habilidades en materia de guionismo, videograbación, edición, actuación, diseño gráfico, ilustración, entre otras. La dimensión creativa para la generación de la narrativa tampoco es un reto despreciable, el cual requiere sin duda pensamiento divergente por parte de los integrantes del equipo desarrollador.

El equipo de producción para este MOOC incluyó a seis personas: una experta en contenido y diseñadora instruccional (autora de este trabajo); un diseñador instruccional adjunto y líder del equipo de producción (co-autor de este trabajo), un artista gráfico, una diseñadora gráfica, un productor multimedia y un gestor de contenidos. En la implementación, los dos primeros fungieron también como asesores y el segundo como administrador de la plataforma.

Si bien el desarrollo de la idea se empezó a trabajar desde mediados de 2017, el proceso de producción formal inició a fines de febrero de 2018 y se llevó a cabo a lo largo de tres meses de trabajo del equipo, con dedicación no-exclusiva a esta tarea.

Se montó en la plataforma México X (<http://mexicox.gob.mx/>), gestionada por la Dirección General de Televisión Educativa de la Secretaría de Educación Pública, la cual funciona con la tecnología de edX y su primera emisión se realizó durante cuatro semanas del 4 de junio al 1º de julio de 2018.

Los resultados del curso, desde una mirada cualitativa

A partir de la recuperación de comentarios de los diversos foros en el curso, a continuación, valoramos la percepción de los participantes en dos dimensiones del curso: su temática y su diseño.

La percepción de la temática

En general los comentarios respecto al valor y pertinencia de la temática del curso fueron muy favorables, no sólo por haberse ofertado previo al proceso electoral en México, sino como conocimientos para toda la vida. Llama la atención que los inscritos perciben valor en el curso tanto para población joven, desde nivel secundaria, hasta para profesionales de la carrera de comunicación y periodismo. A continuación, algunos de los comentarios⁵ que reflejan diferentes ángulos respecto al valor percibido con relación a la temática del curso:

...me llevo muchos aprendizajes e información para revisar sobre el tema, en mi caso como docente será de mucha utilidad para las actividades que realizo con los alumnos principalmente en inculcarles que revisen, analicen y sean críticos con la información que comparten en redes sociales.

Muy bueno el contenido del curso. Quedé con deseos de seguir conociendo más. Al ver el video final quedé con una sensación extraña, sintiendo una gran responsabilidad frente a algo tan incierto. Seguir cuestionando y dudando frente a noticias que nos resultan extrañas, increíbles... y siempre buscar otras fuentes. Harto qué hacer, un gran desafío. Ojalá nos puedan seguir proporcionando herramientas como este curso.

Hoy me siento más preparada en cuestión de redes sociales y en algunos temas más, soy estudiante de periodismo y hay demasiadas cosas que he aprendido en este curso y que en la universidad no he visto, hoy le doy un valor agregado a mi carrera, al periodismo y al quinto poder, gracias a los creadores del curso por dedicarse un tiempo a exponer este tema.

En estos momentos, previos a las elecciones en México, nos damos cuenta ahora de que las fake news son mucho más comunes de lo que creíamos, y entendemos que llegan a través de nuestras emociones, obligando a responder, si es que no estamos bien informados, esta información del curso nos da más herramientas para evitar propagar noticias equivocadas o alarmistas...

Siento que este curso se lo deberían de dar en las escuelas secundarias a los niños, es de mucha utilidad y si desde corta edad nos enseñaran a ser más conscientes y razonadores de estas noticias nuestra sociedad sería menos ignorante, menos ingenua y con capacidad de razonar en muchas circunstancias tanto en las noticias, hasta por qué está en tal o cual lugar una publicidad, sus fines, etc. y sería de mucha utilidad para todo tipo de consumidores de noticias, productos y servicios, Pero también es cierto que la gente mal informada es más fácil de manipular.... en fin, este curso en verdad que me ha sido de mucha utilidad a mí, lo he comentado en mi casa y pienso agregar mucha de esta información a mi vida diaria y a mi desempeño laboral... GRACIAS!!! :)

La percepción del diseño del curso

Desde que lanzamos el MOOC *Búsqueda en Internet para Universitarios*, en el que usamos adaptaciones de narrativas populares con un enfoque lúdico, sabíamos que este tipo de

⁵ Todos los comentarios se reportan como anónimos para salvaguardar la identidad de los participantes.

apuestas son arriesgadas, pues nunca falta el participante que considera que esto es poco serio. Sin embargo, a partir de la excelente aceptación de nuestra propuesta previa, consideramos que valía la pena arriesgarnos nuevamente, ahora a través de una narrativa de superhéroes entrada vía un cómic.

En general el diseño fue bien aceptado, aunque un participante lo consideró pueril y un poco infantil. A continuación, se reportan y comentan algunos de los comentarios a este respecto.

Me gustó como desarrollaron el curso y sobre todo las actividades que presentaron fueron interactivas y lúdicas, espero que pronto desarrollen otros cursos.

Felicito al equipo UAEM por el diseño y manejo de este curso que fue muy enriquecedor y formativo para mí que no soy del área de comunicación. Es el primer curso en línea que tomo y me pareció excelente la metodología, la bibliografía; los materiales "Para saber más" que ayudaron a fundamentar; la retroalimentación que dieron en las respuestas de los tests y cuestionarios. Los podcasts me sirvieron de reforzamiento; al igual los del pulso de cada semana, fueron muy ilustrativos y cada vez sentí mi progreso como consumidora de noticias y, ahora cuento con herramientas para diferenciar cuáles son verdaderas y cuáles las falsas y sobre todo la conciencia de saber la repercusión social que implica el interactuar con noticias falsas.

Me parece que el curso es bueno en general, pero en ciertas secciones resulta pueril y muy poco atractivo, debido a que tengo la impresión de que la presentación de contenido en ciertas secciones lejos de ser algo que parezca gracioso resulta infantil [...] Recuerden que a pesar de ser una universidad su grupo poblacional al que están dirigiendo el curso no son alumnos de primer semestre entre "14" y 20 años.

Resulta evidente que el autor del comentario previo se refiere a la dimensión narrativa del curso (el cómic) cuando alude a contenidos pueriles o infantiles.

Es interesante que el comentario anterior generó una respuesta de otro participante:

Veía un comentario sobre el contenido criticándolo de pueril, en lo personal no me lo parece, mi perfil es psicóloga y creo que para mí este curso resultó interesante y resulta muy significativo y me sensibilizó de lo importante que es evitar la diseminación de noticias falsas [...] soy docente en una preparatoria y en definitiva cuando vea el tema de comunicación asertiva colaré el tema, somos formadores y una pequeña gotita puede lograr el cambio en por lo menos alguien más. Me calaron las palabras sobre lo que los hombres buenos no hacen nada.

Cabe señalar que, al margen del agrado o desagrado por el uso de narrativas, mediante los comentarios y reacciones a los diferentes elementos de la narrativa obtuvimos algunas conjeturas:

Fluir entre el plano de los contenidos "serios" y la "historia ficticia" puede desorientar.

En la semana 2 del curso, en la sección dedicada al Dr. Falaz (contra-narrativa) incluimos un quiz creado por él para que los participantes se autoevaluaran para ver si eran "influencers" o "desconfiados". Durante la semana hubo muchos comentarios en el foro de participantes que se sentían orgullosos por haber obtenido resultado de "influencers" y había otros tantos preocupados (e incluso molestos), por haber sido calificado de "desconfiados". Fue necesario ingresar en el foro una entrada para hacerles reflexionar que les había fallado el contextualizar correctamente la información. A muchos les faltó "leer" los indicadores de que aquello era una broma: a) Un quiz cortesía del Dr. Falaz; b) La portada incluía un pie de página que indicaba que era una parodia adaptada por los creadores del curso a partir de un contenido original de The News Literacy Project. Hubo por tanto que explicar a los participantes que, si su resultado era 'Influencer', tendrían que preocuparse, pues estaban en el camino de convertirse en secuaces del Dr. Falaz. En contramano, si su resultado era "desconfiado

(necesitas relajarte)", iban por buen camino. Fue necesario recordarlos que el Dr. Falaz es el villano y que todo lo que él sugiriera o encomiara, deberían tomarlo con muchas reservas.

Afortunadamente, esta situación que se presentó resultó un excelente ejemplo para ilustrar varios puntos relacionados con la *fake news*: 1. Al estar situado el quiz dentro de un curso serio, junto con información académica, muchos de los participantes le confirieron el mismo valor, es decir, lo consideraron un quiz serio, aunque haya habido claras señales de que no lo era. 2. El valor de las palabras: Para muchos, "influencer" representaba un buen resultado, porque indicaba que influían en los demás y "desconfiado" se asociaba como un mal resultado, porque es un adjetivo con una carga negativa. Sin embargo, pocos se detuvieron a analizar quién les estaba dando ese resultado: el Dr. Falaz, que con su nombre lo dice todo. Además, el "influencer" estaba identificado con un "diablillo" para indicar que sí, influían, pero tal vez en forma no muy responsable. En cuanto al resultado de "desconfiado", también había que considerar que quien lo estaba diciendo era el Dr. Falaz, quien precisamente quería que se relajaran para poder engañarlos. 3. Se sugirió revisar de nueva cuenta el gráfico de los 7 tipos de desinformación/malinformación proporcionado en los materiales de la misma semana, en donde se incluye la sátira o parodia, cuya intención no es maliciosa, pero tiene el potencial de engañar, que fue lo que pasó con el quiz del Dr. Falaz.

Participar de la narrativa es una decisión personal. Hubo participantes que se quedaron en el plano de comentar los contenidos, sin involucrarse en la narrativa. Sin embargo, hubo muchos que sí reconocieron la narrativa y la suscribieron como participantes activos. A continuación, algunos ejemplos:

...desde luego que me uno para formar parte de los exploradores de la posverdad, ya no más compartir noticias de dudosa procedencia.

Este comentario alude claramente al episodio final del cómic, en donde Slay cuestiona directamente a los participantes:



El Final... Aunque es solo el comienzo de una nueva aventura. Excelente curso me divertí mucho con todos los resultados sin duda me inscribiré a otros cursos que imparte la Universidad Autónoma del Estado de Morelos. Ahora seré más cauto al momento de recibir y reenviar información.

En el título de este comentario, el participante alude a la narrativa, con términos como "aventura" y "el final". También destaca no sólo el aprendizaje, sino la diversión.

El Dr. Falaz es un tipo que cumple los estándares de los corporativos que requieren de estas labores para acreditar o desacreditar noticias, el Dr. Falaz es uno de millones que son contratados para esparcir rumores...

Este comentario es interesante no sólo porque reconoce al personaje y sus características, sino que es capaz de comprender que el Dr. Falaz es una metáfora que representa a esos personajes oscuros que propagan información falsa en la red.

Trolls, Bots y "sock-puppets". Me siento en una película de acción, donde te muestran el hilo negro de los planes que pretende realizar el malo de la película. Me duele decirlo, pero al menos eso estoy entendiendo, que todo es un control y que está en cada uno de nosotros permitir que seamos controlados por toda esa gran cantidad de información falsa, motivada con inteligencia artificial. Me siento rebasado por esta tecnología donde se podría decir que me encuentro en una esfera del tamaño de mi estado y que solo esa información puedo estar recibiendo.

En este comentario vemos como el participante transita entre la ficción (la película de acción y los personajes extraños como trolls, bots y sock-puppets) y la realidad que nos rodea, es decir, al igual que en el comentario anterior, vincula exitosamente la narrativa con los aprendizajes.

Hola a todos. Navegar por el ciberespacio puede ser peligroso merodean muchos monstruos y piratas que están al acecho de cada uno de nosotros y de nuestros datos, las sugerencias y estrategias que el presente curso nos brinda son muy valiosas para clarificar el entorno informativo dentro del cual nos movemos día a día, Gracias por compartimos esta enseñanza.

En este comentario también vemos elementos de narrativas y ficción, tales como monstruos y piratas, que el autor usa como metáforas de los intereses siniestras que nos acechan en las redes para engañarnos. Al igual que en los dos casos previos, también vincula la dimensión narrativa con los aprendizajes derivados del curso.

Por último, cabe señalar que hubo una participante que expresó que no había entendido qué significaban los finales alternativos y qué representaba que obtuviera uno u otro resultado. Para los creadores del curso era evidente que los finales alternativos eran el resultado de las elecciones hechas por los participantes y que ellos debían inferir que sus acciones tenían consecuencias en "el mundo real". Sin embargo, el comentario de esta participante nos dejó la inquietud de hacer más explícita esta parte en futuras ediciones del curso.

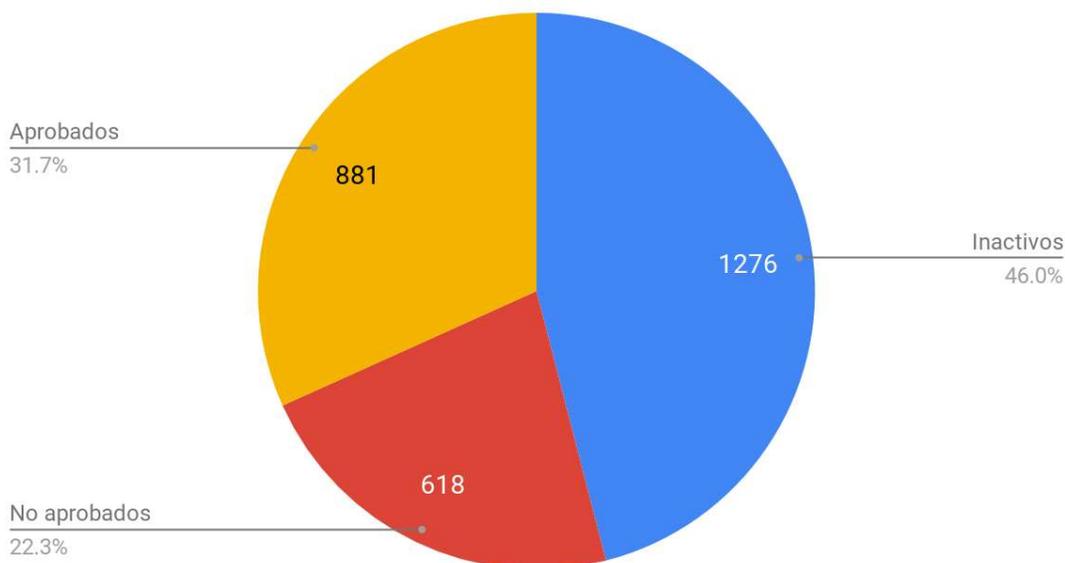
Los resultados del curso, desde una mirada cuantitativa

Matriculación y eficiencia terminal

Se inscribieron 2,886 participantes, de los cuales, se mantuvieron inscritos hasta el final 2,775.

De los inscritos al curso, 1,499 tuvieron cuando menos una actividad y 881 obtuvieron una calificación aprobatoria. Con base en esta información, podemos decir que la eficiencia terminal del curso fue de 58.77%, en contraste con la eficiencia terminal de los cursos de la plataforma MéxicoX que es de 26.1%.

Aprobación sobre total de inscritos



Elaboración propia a partir de información descargada de la plataforma MéxicoX.

Del total de participantes aprobados, 378 (42.9%) obtuvieron una calificación de 9 o mayor, y 8 obtuvieron calificación perfecta.

Perfil de los participantes

La descripción de los participantes se divide en dos fuentes principales: la información que los participantes proveyeron al momento de registrarse en la plataforma MéxicoX y sus respuestas a la encuesta de entrada del curso.

A continuación, se contrasta la información obtenida por ambas vías:

Categoría	Datos obtenidos de MéxicoX	Encuesta de entrada del MOOC (1651 respuestas)
Edad	Fluctuó entre los 15 y los 84 años, concentrándose el 73.4% entre los 20 y los 44 años de edad.	Fluctuó entre 15 y 69 años, concentrándose el 80% entre los 40 y los 49 años de edad.
País	26 países (incluido México). Destacaron por número de inscritos México, Colombia, Venezuela y Chile.	48 países en América, Europa, Asia y África. Sin embargo, cruzando la información de países con ciudades, se identificó que en muchos casos el país era México y no otros reportados en la encuesta.
Género	55.6% mujeres, 43.8% hombres y .5% no especificó.	56.3% femenino, 43.7% masculino
Escolaridad	Secundaria 3.3%, Media superior 14.6%, Técnico Profesional 11%, Licenciatura 55.7%, Maestría 12.1% y Doctorado 1.6%	Secundaria 1%, Media superior 20.3%, Licenciatura 57.9%, Posgrado 20.8%
Institución de procedencia		Comunidad UAEM 12.7%; externos a la UAEM 87.3%
Ocupación		Administrativo 27.3%, Estudiante 23.4%, Docente 21.2%, Investigador 4.9%, Otro 23.1%

Elaboración propia a partir de información descargada de la plataforma MéxicoX y de la encuesta inicial del curso.

Satisfacción del curso

En la encuesta de salida, se obtuvieron 671 respuestas, mismas que muestran de manera general un alto nivel de satisfacción del curso.

Según los datos obtenidos se puede afirmar que de los que respondieron la encuesta:

- Los participantes consideran que disfrutaron el curso.
- Los tests para los finales alternativos fueron sencillos para la mayoría de los participantes.
- Los cuestionarios finales de cada semana resultan desafiantes para una tercera parte de los participantes.
- Los participantes consideran que los recursos provistos en el curso fueron de utilidad.
- Los participantes disfrutaron la historia de los Exploradores de la Posverdad.
- A la mayoría de los participantes les resulta enriquecedora la interacción en los foros.
- Los participantes consideran que adquirieron y desarrollaron habilidades para identificar noticias falsas.
- Los participantes quieren tomar más cursos provistos por la UAEM.
- Los participantes quieren recibir invitaciones a nuevos cursos.

ENCUESTA DE SALIDA

RESULTS	Sí	No
¿Disfrutaste el curso?	99%	1%
Las tests para los finales alternativos ¿te parecieron fáciles?	88%	12%
Los cuestionarios al final de cada semana ¿te parecieron fáciles?	67%	33%
¿Te resultaron útiles los recursos y contenidos del curso (videos, textos, comics, tests, anticonsejos, recursos para saber más, etc.)?	99%	1%
¿Disfrutaste la historia de los Exploradores de la Posverdad?	94%	6%
¿Te resultó enriquecedora la interacción con tus compañeros/as y/o equipo de apoyo del curso en los foros?	79%	21%
¿El curso respondió a tus necesidades y/o expectativas?	98%	2%
¿Consideras que a lo largo del curso adquiriste y desarrollaste habilidades para identificar noticias falsas?	99%	1%
¿Volverías a tomar un curso con la UAEM Morelos?	99%	1%
¿Nos autorizas a enviarte información de futuros cursos?	96%	4%

Submit

Results gathered from 671 respondents.

Tabla generada automáticamente a partir de la encuesta de salida del curso.

Podcast del curso

Como se comentó antes, por primera vez en los MOOCs ofertados por e-UAEM se incluyó un podcast que permitió ofrecer versiones en audio de los contenidos textuales, así como comentarios relativos al desarrollo del curso, a través de los espacios denominados “Pulso del Grupo”.

Se publicaron 21 audios específicos del curso: 5 episodios de “Pulso del Grupo” y 16 de versión sonora de los contenidos textuales del curso. Adicionalmente se colocaron 14 audios promocionales: 4 entrevistas de promoción en medios y 10 cápsulas informativas producidas por Radio UAEM.

Las escuchas del podcast fueron 6,459 durante el periodo de actividad del curso, habiendo una mayor escucha hacia el final de la implementación del mismo.

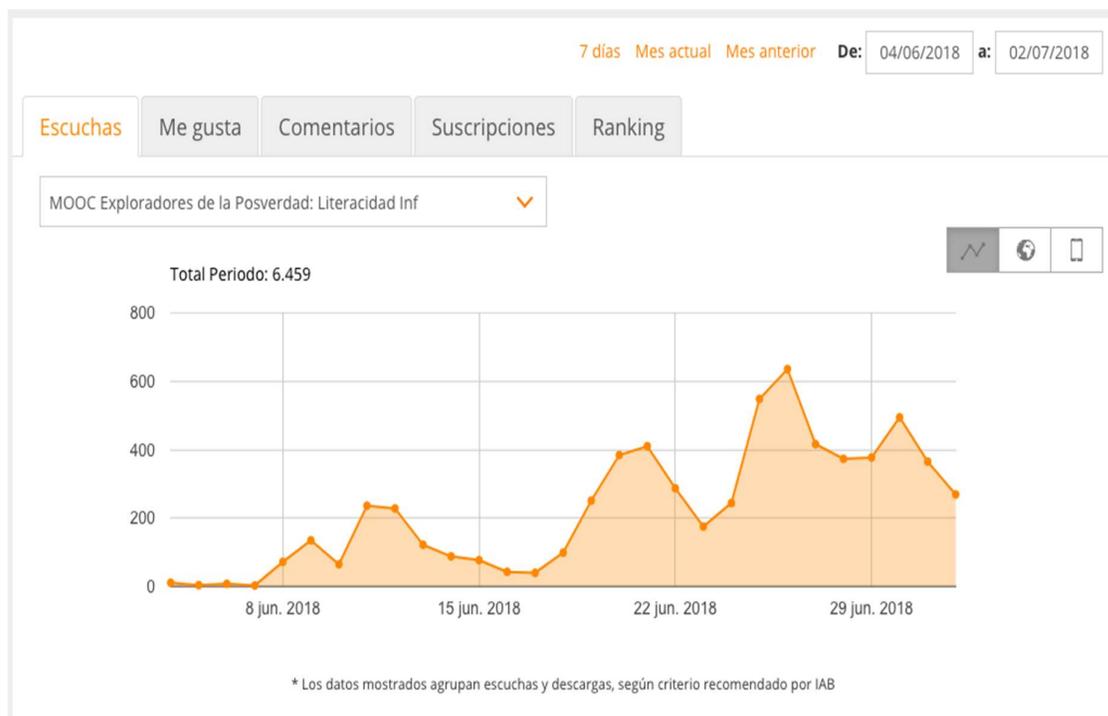


Gráfico generado automáticamente ivoox (plataforma del podcast del curso)

La escucha se dio desde 18 países identificables. Destaca México por encima de los demás como primer lugar en escucha del podcast. El resto de países, con mucho menor volumen de escuchas se sitúan en Norte, Centro y Sudamérica y Europa.



Gráfico generado automáticamente ivoox (plataforma del podcast del curso)

Cabe señalar que una de las participantes comentó que le había dado mucho gusto encontrar los audios del curso en el podcast, pues tiene una amiga débil visual y comentó que si había futuras ediciones sin duda se lo recomendaría.

Conclusiones

A manera de conclusiones, compartimos algunos aprendizajes derivados de esta experiencia:

- Las narrativas, en sus diversos formatos, son una herramienta efectiva para diseñar contenidos educativos. No obstante, las narrativas multimedia requieren equipos multidisciplinarios para su producción, especialmente si se buscan altos estándares de calidad. La idea del docente como hombre o mujer orquesta que produce su curso en línea no corresponde al tipo de recursos que se requieren en este modelo de producción.
- Incluir variedad de recursos en diferentes formatos hace el curso más incluyente y apela en forma más efectiva a diferentes estilos y necesidades de aprendizaje.
- En un diseño a partir de narrativas, algunos participantes se pueden desorientar y perder de foco que hay contenidos que son ficticios.
- El contenido en el que se invierte trabajo y creatividad es apreciado por los participantes. El arriesgarse con formatos innovadores y hasta cierto punto heterodoxos, al menos en el mundo de los MOOC, no compromete la seriedad o integridad de la institución académica. Al contrario, este tipo de contenido posiciona a la institución como innovadora, aunque siempre puede haber algún participante que tache este tipo de diseños como “infantil”.
- Si bien las narrativas motivan y estimulan a los participantes. El tipo de recurso que guardan para repaso y consulta es el material en formato más “serio” y tradicional.
- Las narrativas (*storytelling*) contribuyen a mejorar la retención de contenidos, generan respuestas emocionales y empatía en el proceso de aprendizaje, facilitan el aprendizaje reflexivo y crítico, inspiran a los participantes y hacen del aprendizaje una experiencia divertida y placentera.

- Existe en México una necesidad urgente por aterrizar estrategias que permitan avanzar en la construcción de la literacidad informacional en todos los niveles educativos y en todas las esferas de la sociedad.

Referencias

- Bartolomé, A., y Steffens, K. (2015). ¿Son los MOOC una alternativa de aprendizaje? *Comunicar*, 22(44), pp. 91-99.
- Castillo, P. y Gastaldi, L. (2005). Estado de la educación en el currículum escolar en Iberoamérica. *Comunicar*, No. 24, 13-20.
- Cornock, M. (2017). *Videos to support learning in MOOCs* en el blog académico de Matt Cornock disponible en: <https://mattcornock.co.uk/technology-enhanced-learning/videos-to-support-learning-in-moocs/>
- e-UAEM (2018). MOOC Exploradores de la Posverdad: Literacidad Inf [Audio en podcast]. Recuperado de: https://mx.ivoox.com/es/podcast-mooc-exploradores-posverdad-literacidad-inf_sq_f1579514_1.html
- e-UAEM (2018). MOOC Exploradores de la Posverdad: Literacidad informacional vs. Noticias falsas [Curso Masivo Abierto en Línea]. Recuperado de: http://www.mexicox.gob.mx/courses/course-v1:UAEM+EDLP18061X+2018_06/about
- Gértrudix Barrio, M., Rajas Fernández, M., y Álvarez García, S. (2017). Metodología de producción para el desarrollo de contenidos audiovisuales y multimedia para MOOC. RIED. *Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 20(1), 183-203. doi: <http://dx.doi.org/10.5944/ried.20.1.16691>
- Johnston, A. (2016) Tell me a story: developing a MOOC pedagogy. En: *INTED 2016 Conference Proceedings*. International Academy of Technology, Education and Development (IATED), [Valencia], pp. 3052-3058. ISBN 978-84-608-5617-7, 10.21125/inted.2016.0017
- Lau, J. (2013). Conceptual Relationship of Information Literacy and Media Literacy. En: Lee, A., Lau, J., Carbo, T. y Gendina N. (Coords.) *Conceptual Relationship of Information Literacy and Media Literacy in Knowledge Societies*. Series of Research Papers. París: UNESCO (pp. 76-91)
- Lau, J. (Coord.) (2007). *Information Literacy: An International State-of-the-Art Report*. México: Universidad Veracruzana y UNESCO.
- Observatorio de Innovación Educativa (2017). Storytelling en *EduTrends*. México: Tecnológico de Monterrey.
- Packard, E. (1976-1998). Serie de libros *Choose your own adventure*. EEUU: Bantam Books.
- Pastor, C., Sánchez Hípola, P., Sánchez Serrano, J.M. y Zubillaga, A. (2013). *Pautas sobre el Diseño Universal para el Aprendizaje (DUA)*. Traducción al español, Versión 2.0. España: Universidad Complutense de Madrid.
- SEP (2017). *Modelo Educativo para la Educación Obligatoria*. México: Secretaría de Educación Pública.
- Zorrilla Abascal, M.L. (2017). Ponencia: *MOOC + storytelling: narrativas como recurso educativo*. XXV Encuentro Internacional de Educación a Distancia "Escenarios Creativos para la Educación", Guadalajara, Jal., 27 de noviembre al 1º de diciembre de 2017 (inédita).