



Rediseño de la interfaz y estrategia de difusión de la plataforma gamificada Operación Guayaquil

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL

TUTOR: HUGO PARDO KUKLINSKI

Andrés Michel Nader Adum

UNIVERSIDAD CASA GRANDE

Maestría en Comunicación con Mención en Comunicación Digital

02 de julio de 2018

Dedicatoria

Este trabajo se lo dedico a mi amado hijo Nicolás, a mi amada familia y a la ciudad de Guayaquil.

Agradecimientos

Agradezco a mi novia María Jesús Salinas, mis asesoras Erika Taranto y Mabel González, a Hugo Pardo Kuklinski, Anyelina Veloz, Viviana Elizalde, Eduardo Muñoa, Sandra Guerrero, Aitor de Diego, a mi hijo Nicolás Nader, a mi buen amigo Patricio Saenz, a mis padres Verónica Adum, Michel Nader y a mis queridos hermanos por su apoyo y paciencia durante el desarrollo de este prototipo.

Resumen

Este proyecto presenta el desarrollo de la estrategia de comunicación para promover el uso de la plataforma web gamificada Operación Guayaquil y el rediseño de la interfaz gráfica de esta. Esta estrategia busca ganar más usuarios en la plataforma Operación Guayaquil. A través de una investigación se pudo determinar cuales eran los canales digitales más utilizados por el grupo objetivo, sus lugares de transito ciudadano y conocer los que tipos de gráficos les llama más la atención. Se muestra además los resultados obtenidos por medio de entrevistas a expertos y observación de campo.

Palabras claves: Gamificación, redes sociales, narrativas transmedia, aplicaciones web, marketing digital

Abstract

The following Project shows the development of a communication strategy and the user interface redesign to promote the use of the gamificated web platform Operación Guayaquil. This strategy seeks more users using the web platform Operación Guayaquil. Through of the research it was possible determine witch digital channels are more used by the users, what places they transit more and what graphic style they like and get their attention. It also shows the results of this strategy obtained with interviews to experts and field investigation.

Keywords: *Gamification, social networks, transmedia narrative, web applications, digital marketing.*

Índice

Introducción	8
Antecedentes	9
Origen	9
El juego	12
Los niveles	13
Marco Conceptual	16
Marco de mercado o Benchmarking	26
Metodología para prototipar	33
Metodología de investigación cualitativa:	33
Método usado:	33
Mapa de empatía	35
Algoritmo de procesos	36
Descripción del prototipo	38
Descripción del Prototipo	38
Objetivo del trabajo	38
Rediseño gráfico, interfaz y experiencia de usuario de la plataforma Operación Guayaquil	38
Link al prototipo interactivo	43
Descripción de las misiones nuevas	55
Estrategia de comunicación de la plataforma “Operación Guayaquil”	60
Estrategia online	62
Estrategia offline	67

Narrativa del universo Operación Guayaquil	72
La breve historia del Centro de Operaciones de los Laudos	73
Los nuevos personajes de la resistencia	73
Metodología para evaluación o testeo del prototipo	80
Conclusiones y recomendaciones	84
Referencias Bibliográficas	85
Anexos	87

Índice de ilustraciones del documento

Ilustración 1 Referencia de Mercadería de Yu Gi Oh!	16
Ilustración 2 Fotografía de jugadores de League of Legends	18
Ilustración 3 Lista de algunos videojuegos comerciales conocidos y sus beneficios	28
Ilustración 4 Mapa de empatía	34
Ilustración 5 Viaje del usuario antes de llegar a la plataforma Operación Guayaquil	35
Ilustración 6 Algoritmo de proceso de inicio de sesión en la plataforma Operación Guayaquil	36
Ilustración 7 Algoritmo de proceso de navegación de la plataforma Operación Guayaquil	37
Ilustración 8 Pantalla de inicio versión actual de la plataforma Operación Guayaquil	38
Ilustración 9 Pantalla de inicio versión definitiva de la plataforma Operación Guayaquil	39
Ilustración 10 Inicio de sesión de usuario versión actual en la plataforma Operación Guayaquil	39
Ilustración 11 Inicio de sesión de usuario versión definitiva en la plataforma Operación Guayaquil	40
Ilustración 12 Registro de usuario en la plataforma Operación Guayaquil versión actual	40
Ilustración 13 Registro de nuevo usuario en la plataforma Operación Guayaquil versión definitiva	41
Ilustración 14 Pantalla de preguntas iniciales para el perfil de usuario en la plataforma Operación Guayaquil versión definitiva	41
Ilustración 15 Registro de datos personales del usuario para la plataforma Operación Guayaquil versión definitiva	42
Ilustración 16 Pantalla donde el usuario elige su imagen de perfil versión definitiva	42

Ilustración 17 Menú de navegación versión actual	43
Ilustración 18 Menú de navegación versión definitiva	43
Ilustración 19 Pantalla de sección de Recompensas	45
Ilustración 20 Sección Universo en la plataforma	46
Ilustración 21 Subsección Agentes	46
Ilustración 22 Su subsección Agente Alina	47
Ilustración 23 Sección Ranking	47
Ilustración 24 Sección de Amigos	48
Ilustración 25 Perfil de usuario no conocido que es visible a los demás usuarios y que no es amigo aún	48
Ilustración 26 Perfil de usuario amigo	49
Ilustración 27 Sección de Logros	49
Ilustración 28 Sistema de medallas para usuario de la plataforma Operación Guayaquil	50
Ilustración 29 Perfil de usuario versión actual	51
Ilustración 30 Perfil personal del usuario versión definitiva.	51
Ilustración 31 Edición del perfil de usuario	52
Ilustración 32 Tabla de rango para agentes de la plataforma operación Guayaquil	53
Ilustración 33 Pantalla de inicio del tutorial del panel de control del usuario en la plataforma Operación Guayaquil	54
Ilustración 34 Pantalla de elaboración de misión	56
Ilustración 35 Publicación de expectativa para Facebook	64
Ilustración 36 Publicación de lanzamiento de la plataforma para Facebook	65
Ilustración 37 Afiche impreso para la Metrovía o Ciber Café	67
Ilustración 38 Afiche para paletas en la ciudad o estaciones de la Metrovia	68

Ilustración 39 Muestra de afiche puesto en una paleta publicitaria	69
Ilustración 40 Captura de pantalla de la demostración de Realidad Aumentada de los afiches	69
Ilustración 41 Muestra de las camisas y sudaderas con el logo de Operación Guayaquil	70
Ilustración 42 Demostración del funcionamiento de la realidad aumentada en las camisetas y sudaderas de Operación Guayaquil	70
Ilustración 43 Camiseta para mujer con el logo de Operación Guayaquil	71
Ilustración 44 Zoe con su atuendo Cyber Pop del juego League of Legends	74
Ilustración 45 Imaginario de cómo sería German	75
Ilustración 46 Imaginario de cómo sería Pamela	77
Ilustración 47 Imaginario de cómo sería Esteban	78

Introducción

Las aulas virtuales o plataformas educativas son cada vez más utilizadas en Internet ya que además de servir como un medio de intercomunicación, son una opción adicional de aprendizaje de fácil acceso, en donde se puede también trabajar conjuntamente y participar en actividades de enseñanza. Es decir, estas plataformas virtuales van de la mano con la evolución de la sociedad del conocimiento y con su adecuación al desarrollo de la tecnología.

Debido a las nuevas necesidades del área educativa, los entornos virtuales pueden funcionar como sustitutos a las aulas de clases presenciales, de este modo, se convierten en un gran beneficio para aquellas personas que no cuentan con los recursos financieros ni con el tiempo necesario para asistir físicamente a algún lugar de estudio.

Estas plataformas educativas pueden contener ciertos elementos de juegos, como recompensas, retos, incentivos, reconocimientos con insignias, puntos, etc., que servirán para generar interés del usuario que se preocupa de su aprendizaje y crecimiento personal.

Las plataformas de aprendizaje gamificado son propuestas para las personas jóvenes de estos tiempos, y Operación Guayaquil es precisamente eso, una plataforma desarrollada en conjunto con la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil y la Universidad Casa Grande con el objetivo principal de generar interés en los jóvenes entre 17 y 20 años, en ramas de emprendimiento y empoderamiento personal, motivándolos a que puedan mejorar en áreas que aún quizás no hayan explorado, como la fotografía o el desarrollo de juegos interactivos. Por ahora, la plataforma no ha sido

finalizada en su desarrollo y su diseño gráfico actual necesita un reajuste más amigable para su usabilidad, así como no existe una estrategia de comunicación integral que invite a los usuarios a utilizar una plataforma como tal, por lo que las estrategias transmedia dentro y fuera de la plataforma y el rediseño de la misma puede llegar a ser la solución a este inconveniente. A través de la plataforma Operación Guayaquil, se invita a los usuarios, especialmente a los de los sectores más vulnerables de la ciudad, a descubrir y desarrollar sus talentos y habilidades, volviéndolos capaces de afrontar y adaptarse a los cambios de esta era digital.

Antecedentes

Origen

Operación Guayaquil inició su desarrollo a finales del año 2016, después de que la M.I. Municipalidad de Guayaquil concediera a la Universidad Casa Grande el desarrollo de una plataforma digital que permita a los jóvenes de entre 17 y 20 años, encontrar su pasión y desarrollar de manera didáctica sus habilidades para dibujar, fotografiar, crear juegos, emprender negocios; o ser transformadores sociales a partir de pensamiento crítico y creativo.

La institución universitaria, convocó a un grupo de gente especializada para el desarrollo del piloto de la plataforma, entre éstos estuvieron: pedagogos, profesionales del talento humano, multimedias, desarrolladores web, ilustradores y diseñadores; también se contó con la asesoría de profesionales extranjeros que intervinieron en la realización de los elementos de gamificación e interactividad.

La plataforma estuvo lista para la realización de pruebas en los usuarios a inicio del 2017, donde se obtuvieron los siguientes resultados: la plataforma es amigable, los jóvenes sienten motivación por jugar y por las recompensas recibidas y la gráfica es atractiva. No obstante, la plataforma requiere la finalización de secciones que quedaron

pendientes para su lanzamiento, algunas secciones como tutorial, ranking y logros no estuvieron presentes en la versión piloto de la plataforma en la que se realizaron las pruebas.

Durante el 2017, se presentaron los resultados obtenidos con la plataforma a la M.I. Municipalidad de Guayaquil y la entrega de los archivos de ésta; la Universidad Casa Grande estimó durante el mismo año, poder contar nuevamente con la inversión de la Municipalidad para avanzar con los pasos a seguir para desarrollar la etapa móvil de la plataforma, buscando generar más interacciones, sin embargo, eso no ocurrió y se mantiene aún pendiente la negociación para continuar con el desarrollo de ésta.

Antecedentes

Operación Guayaquil, es una plataforma pedagógica donde los jóvenes de los barrios más vulnerables de Guayaquil desarrollan una experiencia curricular flexible, ya que investigan y reconocen nuevas formas de trabajos en la era tecnológica, y donde desarrollan capacidades para identificar sus habilidades motivándolos a ser creadores de emprendimientos.

Dentro de esta plataforma, se manejan distintas metodologías cualitativas que evalúan la innovación y creatividad. Los resultados permiten confirmar que las técnicas empleadas en el juego: el aprendizaje basado en misiones, técnicas de jugabilidad, gamificación y reflexión guiada, ayudan a los jóvenes a reconocer en qué son buenos y qué les apasiona para su posterior desarrollo profesional.

La plataforma gamificada Operación Guayaquil contiene un currículum que combina tres ejes principales de los que vamos a hablar a continuación:

- Desarrollo de competencias del siglo XXI (en forma de PODERES)

- Temáticas para descubrir nuevas formas de trabajo relacionadas al arte, la tecnología disruptiva, el emprendimiento y la transformación social (en forma de MISIONES agrupadas en niveles)
- Reflexión sobre su aprendizaje, talentos y habilidades (en forma de DIÁLOGOS con una MENTORA).

Finalmente, las misiones diseñadas en la plataforma permiten al usuario vivir experiencias significativas de aprendizaje, insertadas en una narrativa ficticia para que sea percibido como un juego.

El proyecto Operación Guayaquil pretende motivar a los usuarios a la consecución de los siguientes objetivos, a través de estrategias de gamificación:

- Expandir sus intereses y referentes, permitiendo que el joven explore tendencias de la era digital, en lugar de decidir una orientación vocacional tradicional.
- Inspirar su permanente búsqueda de su elemento, que en palabras de Ken Robinson en su libro *El Elemento: Descubrir tu pasión lo cambia todo es el punto de encuentro de las cosas que se disfruta hacer y para las que se es bueno, donde se combinan las aptitudes naturales y las inclinaciones personales, lo que fortalece el sentido de identidad y mejora el propio bienestar* (Robinson, 2009, p. 21).
- Potenciar su deseo de emprender, orientándolos a la era digital.
- Motivar su aprendizaje autónomo, a través de hacer uso eficiente de los recursos disponibles en la web.

El juego

Consiste en una aventura en la que se embarca cada jugador al crear su avatar y aceptar el llamado para formar parte de la resistencia.

Los poderes

- Pensamiento creativo
- Pensamiento crítico
- Resolución de problemas
- Autonomía (toma de riesgos y emprendimiento)
- Entendimiento del contexto local
- Recursividad
- Colaboración
- Perseverancia

Operación Guayaquil cuenta con 5 diferentes niveles de dificultad para el desarrollo de las habilidades de los usuarios y son los siguientes:

- Iniciado
- Explorador
- Táctico
- Emprendedor
- Transformador

Cada uno de estos niveles mantiene un objetivo particular haciendo una excepción con el nivel tutorial denominado “Iniciado”, el usuario empezará por el nivel “Explorador” que tiene como orientación que los usuarios puedan crear junto a otros fotografías o comics, este nivel le otorga al usuario el poder del “Pensamiento Creativo”, donde se orienta al participante a dejar la práctica escolar, que implica determinar una única respuesta y una vía hacia la resolución de un problema. Las decisiones complejas podrían ser abordadas desde varias perspectivas y son una herramienta útil para tomar un camino más propio. Ser originales también implica conocer enfoques alternativos, aprovechar recursos disponibles localmente, reconocer sus propios límites y colaborar con otras personas compartiendo experiencias valiosas y

perspectivas divergentes. También implica ejecutar y presentar sus ideas para incorporar los errores como parte del proceso creativo.

En este proyecto los participantes reconocerán que las expectativas sobre su nivel de creatividad no son suficientes para el emprendimiento exitoso. Se darán cuenta que hay modos alternativos de pensar y actuar, que su ejecución es siempre desafiante, y que la creatividad es esencial para superar las barreras en el camino hacia cualquier objetivo.

Los niveles

Nivel 1 - INICIADO

Es un nivel tutorial, no existen misiones, solamente se validan ciertas aptitudes. Se incluye un formulario de preguntas en donde el usuario describe brevemente el nivel de creatividad que cree tener, el enemigo que le impida tener dicha creatividad y su arma secreta para vencerlo.

Nivel 2 - EXPLORADOR

Nombre: Táctico

Orientación: Explorar áreas de conocimiento

Poder: Pensamiento crítico. El pensamiento crítico implica la capacidad de cuestionar sus propias ideas, modificarlas con insumos que reflejan la evidencia encontrada y así actuar de manera coherente con esta evidencia.

En este proyecto se orienta al participante a relacionar las circunstancias de su desafío con elementos surgidos de la teoría y de la experiencia propia y ajena. Ganará experiencia interpretando evidencia sustentada, analizando pros y contras, fundamentando sus ideas nuevas, identificando los supuestos detrás de cada idea, y siendo imparcial en sus juicios y trato a los demás.

Nivel 3 - TÁCTICO

Nombre: Triunfador

Orientación: Explorar nuevos usos de la tecnología con potencial a convertirse en negocios rentables

Poderes: Autonomía - Este poder es la finalidad última de todo proceso educativo. Toda instancia educativa llega a su fin y el estudiante se encuentra desprovisto de la guía recibida por sus mentores y es en esta situación que se puede visualizar su grado de autonomía con su propio proceso de aprendizaje. Desarrollar un grado de autonomía con su aprendizaje implica discernir cuáles son sus pasiones, fijar metas para seguirlas y trazar un camino para alcanzarlas, así como capacidades para “persistir ante obstáculos como la resiliencia, la tolerancia a la frustración, el esfuerzo y el diálogo interno positivo” según las competencias del siglo XXI (2013).

Al finalizar su bachillerato, los estudiantes son lanzados a ambientes menos estructurados, más dependientes de sus propias ideas y muchos desarrollan grados más altos de autonomía en cuanto a algunos aspectos de sus vidas, pero no necesariamente en su aprendizaje, puesto que la autonomía del aprendizaje no es central al proceso educativo formal del secundario. Sin embargo, avanzará de manera limitada bajo el supuesto que su aprendizaje termina con su graduación. Al contrario, los desafíos venideros requieren aprender más que nunca y de circunstancias no identificadas como educativas.

El poder en mención está relacionado íntimamente con la capacidad de aprender a aprender porque permite identificar sus propios procesos de aprendizaje, monitorear su propio progreso y realizar modificaciones en el camino de acuerdo con las exigencias de cada situación personal o laboral. La dinámica de juego serio brinda el andamiaje para esto al mostrar el progreso del participante hacia sus metas, y llevándolo por el viaje del héroe lo cual le da la oportunidad de conocer sus límites, sus fortalezas, su

estilo de aprendizaje y su capacidad de mejorar su actuación.

Nivel 4 - EMPRENDEDOR

Nombre: Transformador

Orientación: Comprender problemas del entorno y recoger ideas para contribuir a la solución de estos

Poderes: Conciencia del contexto local, recursividad, colaboración

Creación de misiones en la plataforma

En “Operación Guayaquil” las misiones cumplen con un estándar pedagógico antes mencionado, por lo que el piloto anterior dejó unas guías base para la creación de contenido didáctico en la plataforma, a continuación, se detalla en qué consiste:

Ruta de cada misión

1. Descubrir
 - a. Aprender de ejemplos inspiradores y nueva información resolviendo un minijuego
2. Conectar
 - a. Identificar referentes y conectar con pares
3. Crear
 - a. Crear colaborativamente y compartir las creaciones en la plataforma y en las redes sociales
4. Evaluar y reflexionar
 - a. Evaluación de pares y autoevaluación

Formulario para crear misiones de la plataforma “Operación Guayaquil”

Nivel

- Nombre
- Descripción

Poder

- Nombre
- Descripción

Actividades

- Nombre
- Descripción
- Posición de la actividad
- Se elige según la actividad Diálogo con la mentora (no gana puntos), una actividad que gana puntos y rito de paso

Misión

- Se elige al nivel que corresponda
- Se elige el o los poderes que se ganará cuando termine todas las actividades
- Se relaciona con las actividades

Marco Conceptual

Se detallan a continuación los aspectos teóricos en los que se sustenta este proyecto:

1.- Narrativa transmedia

Henry Jenkins, como director del programa en Comparative Media Studies del MIT (Massachusetts Institute of Technology), definió a la narrativa transmedia (transmedia narrative), como una nueva forma de construcción de la narrativa en función de la convergencia entre los diferentes medios y canales que configuran las formas de expresión de nuestra cultura (Jenkins, 2003).

De esta introducción, se basó Carlos Scolari, profesor e investigador de la Universidad Pompeu Fabra, para profundizar más acerca de este tema. En su libro de Narrativas Transmedia indica que:

“Las NT son una particular forma narrativa que se expande a través de diferentes sistemas de significación (verbal, icónico, audiovisual, interactivo, etc.) y medios (cine, cómic, televisión, videojuegos, teatro, etc.). Las NT no son simplemente una adaptación de un lenguaje a otro: la historia que cuenta el cómic no es la misma que aparece en la pantalla del cine o en la micro superficie del dispositivo móvil. Una estrategia tradicional de las empresas de comunicación se basaba precisamente en desarrollar la misma historia en diferentes medios o lenguajes.” (Scolari, 2013, p. 24).

La narrativa transmediática es, en parte, una consecuencia de la emergencia de grandes corporaciones mediáticas con inversiones simultáneas en cine, televisión, videojuegos, etc., que permite a estas compañías vender “marcas narrativas” a través de “múltiples canales de entrada” (Scolari, 2009).

Los usuarios de Operación Guayaquil pueden intervenir en parte de la historia a través de fanfics y múltiples medios digitales y no digitales.

1.1 Principios de la Narrativa Transmedia

En el año 2009, Henry Jenkins en su artículo “The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling” escribió los siete principios de las narrativas transmedia:

1.- Extensión vs profundidad

2.- Continuidad vs multiplicidad

3.- Inmersión vs extracción

4.- Construcción del mundo

5.- Serialidad

6.- Subjetividad

7.- Rendimiento (Performance)

Por la naturaleza del proyecto, a través de la narrativa transmedia, se busca integrar a jóvenes de 15 a 24 años de barrios vulnerables de la ciudad de Guayaquil, con el fin de causar interés por adentrarse en la historia de la plataforma y los motive a utilizarla, así como también, integrarlos a un nuevo contexto de cultura digital. En este caso, queda claro en qué consiste el principio de la Inmersión vs. Extracción.

Este proyecto utiliza cuatro personajes principales que van a acompañar a los usuarios a lo largo de todas sus participaciones y actividades dentro de la plataforma. Estos usuarios pueden identificarse con algunas de las características de estos personajes. Asimismo, pueden buscar más información del universo dentro de la plataforma y seguir difundiendo material sobre los mismos en distintos canales, es allí, donde se aplica el primer principio de la transmedia: Extensión vs. Profundidad.

2.- Gamificación

Se utiliza como referencia, la definición creada por la diseñadora de numerosos videojuegos y escritora estadounidense, Jane McGonigal, para quien el juego es: “la solución para salvar el mundo”. En su obra *Reality is Broken: Why Games Make us Better and How they Can Change the World* (2011) nos dice que “... en la sociedad actual, videojuegos y juegos de computadora están cumpliendo *necesidades humanas genuinas* que el mundo real actualmente no puede satisfacer”.

Los videojuegos son capaces de producir en nosotros un sentimiento de felicidad y un sentido de logro que podría ser capaz de disminuir la insatisfacción con la realidad que tiene un sin número de personas.

Según, Sebastian Deterding (2011), diseñador de experiencias de usuario y videojuegos, denomina a la gamificación como: “*el uso de elementos de juego en contextos no lúdicos*”.

Basándonos en este significado, podemos resumir que la gamificación no sólo tiene como objetivo entretener a los usuarios, sino que mediante estos elementos de juego las personas se vuelvan más participativas y logren obtener algún tipo de aprendizaje.

De acuerdo con el texto de *Narrativas Transmedia* de Carlos Scolari en el capítulo “Nuevas fronteras y desafíos de las narrativas transmedia”, se habla precisamente de la gamificación como herramienta para la enseñanza y aparte nos habla acerca la transmedialidad en los videojuegos. Esta propuesta se apoyará en la premisa de armar narraciones que lleven al público a involucrarse mucho más con la trama del juego y poder crear una estrecha relación con ellos.

Los escritores Gabe Zichermann y Christopher Cunningham (2011) analizan el concepto de gamificación en su obra *Gamification by Design* y concluyen que es “un proceso relacionado con el pensamiento del jugador y las técnicas de juego para atraer a los usuarios y resolver problemas”. Podemos decir entonces, que la gamificación tiene como fin no sólo entretener a las personas (como es el ideal de un videojuego convencional) sino también, influir en su comportamiento y conducta, generar experiencias y sentimientos de motivación y superación, es decir, que además interviene en la psicología del usuario.

2.2 Mecánicas de la Gamificación

Son una serie de reglas que intentan generar juegos que se puedan disfrutar, que generen una cierta “adicción” y compromiso por parte de los usuarios, al aportarles retos y un camino por el cual transitar, ya sea en un videojuego, o en cualquier tipo

de aplicación (Cortizo, 2011).

Existen varios tipos de mecánicas de juego (Herranz, 2013):

- Oportunidades, competición y colaboración, planteando la forma idónea en la que podrán comportarse en el juego los participantes.
- Dentro de las oportunidades el jugador tendrá diferentes turnos, distintas formas de interactuar contra el juego o contra otros participantes.
- Se podrán dar también asociaciones entre jugadores a modo de cooperación o formar equipos para cumplir el reto o la meta.
- La superación de retos u obstáculos irá dando puntos a los participantes.
- Otros elementos serán la clasificación, de participantes en función de sus puntos, y la definición de niveles.
- Realimentación o feedback, indicará el hecho de obtener premios por acciones bien realizadas o completadas.
- Es importante que el participante se sienta reconocido y para ello se establecen recompensas, las cuales pueden ser escalonadas en función al esfuerzo, nivel, riesgo, entre otros.
- Retos, sacando a los usuarios de un ambiente de confort para introducirlos en la mecánica del juego (Werbach, 2012).

Como lo habíamos dicho antes, la gamificación no consiste sólo en entretenimiento, sino que requiere de un modelo de planeación y ejecución que permita alcanzar un objetivo en específico.

Por otra parte, según el texto revisado de Luis Hernández (2017) “Una Revisión Sistemática de la Literatura Enfocada en el uso de Gamificación en Equipos de Trabajo en la Ingeniería de Software”; donde por medio de misiones gamificadas se incentiva a la unión en equipo, y a su vez mejora la colaboración, se da a entender la urgencia que

se requiere para aumentar dentro de la plataforma un sistema de ranking. Cabe recalcar que, a pesar de que la misión se realice en grupo, ésta no será calificada colectivamente, sino que cada persona irá sumando un puntaje de manera personal, es decir, tendrá un ranking individual, y estos puntos serán de uso exclusivo de cada persona, no podrán ser compartidos con los demás contactos o usuarios dentro de la plataforma.

Jane McGonigal quien en su artículo “*A real little game: The performance of belief in pervasive play (2003)*” donde aborda el tema de las misiones colaborativas en ambientes ciudadanos, significó una gran pista sobre cómo se abordará el concepto de la historia de “Operación Guayaquil” para hacerla colaborativa entre los usuarios que deseen aportar con nuevas ideas a la trama. Jane McGonigal, dentro de su ensayo, también analizó el juego “*The Beast*” y en éste, “pide a los jugadores completar misiones cronometradas en la ciudad y entornos, direcciones de comunicación y pistas a través de las telecomunicaciones móviles y tecnologías”, por tanto, se puede decir que es bastante similar a la dinámica del proyecto de Operación Guayaquil. Este estudio, da aún más sentido a la narrativa transmedia a la que se refiere Carlos Scolari en torno a la gamificación.

Dentro de la plataforma Operación Guayaquil, los jóvenes deben seguir una serie de misiones para conocer más sobre sus habilidades y, asimismo, pueden interactuar con otros usuarios y trabajar en conjunto a través de la misma plataforma o conectándose por medio de redes sociales integradas en la plataforma. Cada vez que un usuario complete una misión, se le otorgará una insignia o recompensa por su esfuerzo, desempeño y creatividad. Con esto último, se espera incentivar a su continua participación y establecer en él un sentimiento de logro y felicidad, además podría llegar a recomendar a más personas de su entorno, para que lo acompañen en su tarea.

3.- Plataforma de enseñanza virtual, Campus Virtual o Plataformas de Teleformación

Una plataforma e-learning, plataforma educativa web o entorno virtual de enseñanza y aprendizaje es una aplicación web que integra un conjunto de herramientas para la enseñanza-aprendizaje en línea, permitiendo una enseñanza no presencial (e-learning) y/o una enseñanza mixta (b-learning), donde se combina la enseñanza en Internet con experiencias en la clase presencial (PLS Ramboll 2004; Jenkins, Browne y Walker, 2005).

Las plataformas e-learning poseen una serie de características, entre las más relevantes se encuentran:

- Adaptabilidad. Tiene la posibilidad de llegar a mayor número de estudiantes sin importar su situación personal. Permite estudiar a personas que, por circunstancias laborales, personales, etc. no podrían permitirse.
- Flexibilidad. El estudiante tiene flexibilidad para cuándo y cuánto puede dedicar al estudio, sin someterse a restricciones horarias
- Ubicuidad. El estudiante y los docentes pueden utilizar la plataforma desde cualquier lugar. Se puede invitar a participar en los cursos a expertos y profesionales localizados en cualquier lugar y que de otra forma no podrían hacerlo.
- Aprendizaje a la carta. El estudiante puede elegir el recorrido educativo que mejor se adapta a sus necesidades.
- Aprendizaje colaborativo por medio de la participación en entornos virtuales (foros, wikis, chats, e-mail, etc.) (Sánchez, 2008, s/n).

Dado que esta propuesta consiste, en gran parte, en mejorar la narrativa interactiva de la plataforma gamificada “Operación Guayaquil” se debe partir de lo esencial. La plataforma debe constar al menos con una historia increíble que sea posible contarla, por lo que se tomará como ejemplo, prestado de Marvel, su universo cinematográfico conectando diversas partes de la ciudad y la creación de personajes que las representen

para que éstas tengan su propia leyenda y donde los eventos de la historia principal estarían anclados.

Para esto se debe poder expandir la historia que presenta la plataforma gamificada “Operación Guayaquil” creando a su vez dinámicas interactivas de realidad aumentada como misiones dentro y fuera de la plataforma, que ayudarán a la misma a poder promocionarse en las redes sociales y atraerá más usuarios a utilizarla.

4.- Aprendizaje basado en juegos (game - based learning)

Primero debemos tener claro qué es un juego. De acuerdo con Johan Huizinga, en su libro:

Homo Ludens (1938): “El juego es una acción u ocupación libre, que se desarrolla dentro de unos límites temporales y espaciales determinados, según reglas absolutamente obligatorias, aunque libremente aceptadas, acción que tiene su fin en sí misma y va acompañada de un sentimiento de tensión y alegría y de la conciencia de <<ser de otro modo>> que en la vida corriente”. (p. 45)

Este autor en este libro concibe al juego como fenómeno cultural, y no en primer lugar, como función biológica.

De acuerdo a Gonzalo Frasca (2001), diseñador de videojuegos, menciona que un videojuego *“incluye cualquier forma de software de entretenimiento por computadora, usando cualquier plataforma electrónica y la participación de uno o varios jugadores en un entorno físico o de red.”*

Los videojuegos poseen una serie de estímulos visuales, auditivos e intelectuales que los vuelven muy divertidos y cautivadores.

Existen actualmente una serie de videojuegos que proporcionan múltiples beneficios a quienes los juegan, como, por ejemplo:

Juego	Desarrolladores/Editorial	Beneficios formativos
Age of Empires II	Ensemble Studios/ Microsoft Games Studios	Historia, estrategia y administración de recursos
Age of Mythology	Ensemble Studios/ Microsoft Games Studios	Mitología, estrategia y administración de recursos
Bioscopia	Viva Media	Zoología, biología celular, biología humana, botánica y genética
Chemicus	Viva Media	Química
Civilization III	Firaxis Games	Planificación y resolución de problemas
Making History: The Calm and the Storm	Muzzy Lane	Historia, Segunda Guerra Mundial, gestión económica y negociación
Nancy Drew: Message in a Haunted Mansion	Her Interactive	Investigación, deducción y resolución de rompecabezas
Oregon Trail	The Learning Company	Historia, geografía, matemáticas, razonamiento lógico, estrategia, administración de recursos y lectura.
Pharaoh	Vivendi Universal	Civilización egipcia, estrategia y administración
Reader Rabbit	The Learning Company	Lectura y escritura
Return of the Incredible Machine Contraptions	Vivendi Universal	Habilidades para la resolución de problemas y física
Roller Coaster Tycoon 3	Frontier Developments/Atari	Administración, energía cinética y potencial
Toontown	Sony Creative Software	Colaboración social
Where in Time is Carmen Santiago	The Learning Company	Descubrimiento y lógica
World of Warcraft	Blizzard Entertainment	Aprendizaje colaborativo
Zoombinis Logical Journey	The Learning Company	Lógica y álgebra

Ilustración 3 Lista de algunos videojuegos comerciales conocidos y sus beneficios

Tabla 1. Lista de algunos videojuegos comerciales conocidos y sus beneficios formativos (Felicia P., (2009)

El aprendizaje y el entretenimiento pueden coexistir en los juegos, especialmente en los videojuegos. Para diferenciar los juegos usados sólo para diversión de aquellos con contenidos pedagógicos y con fines formativos, se los denominó a estos últimos como Juegos Serios, que están dedicados netamente a “educar, entrenar e informar” (Marcano, 2008).

Por medio de “Operación Guayaquil” los usuarios registrados deberán realizar tareas motivadoras en donde podrán aplicar su creatividad y a su vez, podrán obtener conocimientos sobre cómo emprender.

Marco de mercado o Benchmarking

Al momento de ver ejemplos que provienen de la industria de los videojuegos, juegos de rol, de cartas, del cine o incluso de la industria de la música, se tomará como ejemplo lo más esencial: Yu Gi Oh!, tiene un juego muy popular entre los jóvenes de cartas de acción intercambiables, como también cuenta con un set de mangas japoneses, películas, series de televisión, juegos móviles, juegos de ordenador y consola e inclusive mucha mercancía y torneos mundiales del juego de cartas intercambiables, existe en internet y mucho contenido creado por fans.



Ilustración 1 Referencia de Mercadería de Yu Gi Oh!

Representación de Mercadería de Yu Gi Oh!

Fuente: DeviantArt. Yu-Gi-Oh Merchandise Collection by FireMaidenNexus -

[Ilustración]. Recuperado de <https://www.deviantart.com/firemaidennexus/art/Yu-Gi-Oh-Merchandise-Collection-426825481>

Un caso parecido por así decirlo ocurre con el juego multijugador en línea de ordenador llamado League of Legends que es extremadamente popular entre los jóvenes que utilizan la internet para jugar y demostrar de que son capaces a otros, el cual es uno de los ejemplos más cercanos que será utilizado para explicar en qué consiste este proyecto.

League of Legends (LoL) es un videojuego multijugador en línea para ordenadores de tipo estrategia en tiempo real online o *MULTI ONLINE BATTLE ARENA* por si siglas en inglés (*MOBA*) donde participan un total de 10 jugadores distribuidos en 2 equipos de 5 participantes totales en cada uno, la finalidad del juego es defender la base aliada y destruir la del contrincante, eso sí los jugadores deben cooperar según su rol (soporte, tanque, tirador, mago, asesino o guerrero), la distribución del mapa donde se desarrolla el juego consta de tres calles principales incluida una zona denominada la jungla, conectados de forma simétrica de lado y lado. Para finalizar una partida, los jugadores deben ir en busca de derribar objetivos centrales y consiguiendo oro (que se obtiene asesinando unas criaturas que se llaman súbditos y que avanzan sin cesar desde las bases principales a los carriles, y también asesinando a los oponentes) para avanzar en su meta de conquistar al otro equipo. En el juego existe una historia principal denominada (LORE) y muchas historias derivadas en diversos personajes del juego. La compañía detrás del desarrollo de LoL se llama Riot Games y está situada en California en Estados Unidos. Dicha empresa fue creada por video jugadores en el año 2006 y hasta hace poco de unos años adquirida por la firma de tecnología China Tencent.

Este videojuego gratuito se ha hecho muy popular desde que partió su camino por primera vez en los Estados Unidos en el 2009 y ha llegado a cruzar su propio terreno llegando a más países del mundo debido a su rentabilidad y competitividad. El juego se mantiene a flote de forma económica gracias a su sistema de micro transacciones, donde los jugadores adquieren objetos visuales para sus personajes favoritos. Ahora, en lo que concierne al proyecto Operación Guayaquil, se tomará como referencia principal algunos métodos utilizados por Riot Games para promover tanto a viejos jugadores como a nuevos a involucrarse en la comunidad y ecosistema del juego, que consisten en los siguientes: campañas de expectativa digital, lanzamientos nuevos, uso de audiovisuales, cómics y narraciones de las historias de los personajes. Por medio de estas estrategias transmedia, se busca acabar con la debilidad actual de las plataformas virtuales que es la falta de usuarios utilizando la misma debido a su carencia en las ramas de la comunicación tanto analógica como digital. Cabe recalcar que Operación Guayaquil aún está en fase de pilotaje alfa privativo y ya está a punto de ser lanzada a su beta publica en forma gratuita al mercado.



Ilustración 2 Fotografía de jugadores de League of Legends

Representación de un grupo de jóvenes jugando en sus ordenadores League of Legends

Fuente: EloBoost. Playing League of Legends with Friends - [Ilustración]. Recuperado de <https://eloboost.com/playing-league-legends-friends/>

De acuerdo al artículo Game Your Campaign escrito por Carolyn Wei and David Huffaker (2012):

“Celebrated game designer Jane McGonigal evangelizes about the transformative power of gaming, a behavior that she says can help solve real-world problems. The skillset built up by dedicated gamers, she says, includes the trust and cooperation of collaborating with others, and shows that the structure of games motivates people to be productive and to achieve their goals. McGonigal’s own games include *Evoke*, developed with the World Bank Institute, which introduced players to major world problems such as water security and poverty, and encourages them to collaborate on solutions.”

“La famosa diseñadora de juegos Jane McGonigal evangeliza sobre el poder transformativo de jugar, un comportamiento que según ella puede ayudar a resolver problemas del mundo real. Las habilidades adquiridas por los jugadores según ella incluyen la confianza de cooperar y colaborar con otros, y muestra que la estructura de los juegos motiva a las personas a ser más productivas y alcanzar sus metas. Uno de sus juegos de McGonigal es *Evoke*, desarrollado junto al Instituto del Banco Mundial, donde se introduce a los jugadores a los mayores problemas mundiales como la seguridad del agua y la pobreza, y desafía a los jugadores a colaborar con soluciones.” (Traducción propia)

Evoke fue lanzado en el año 2010 dentro del marco de una conferencia TED (Technology, Entertainment, Design Talks) generando mucho interés mediático, en este punto parecen haber hecho todo bien teniendo en cuenta que fue lanzado en África y resulta ser un éxito inmediato con un gran factor de cambio.

Siguiendo esta misma premisa, se encuentra centrado este proyecto en el StoryTelling que es una técnica publicitaria multimedial y multiplataforma.

El proyecto de Operación Guayaquil está dentro de tres sectores específicos: comunicación, educación y tecnología. La distribución de la información mediante diversos medios y plataformas avanza a pasos agigantados. Para bienestar de la sociedad joven moderna, se pensó en crear esta plataforma, para que sea como un medio de mejora en el sistema de enseñanza-aprendizaje y donde interviene también la transmedia, ya que existe una interacción entre los usuarios para el cumplimiento de las actividades designadas en dicha plataforma y seguimiento de la historia y sus personajes.

Buenas prácticas de diversos productos

La comunicación transmedia sirve como método para promover a más usuarios a interesarse por usar la plataforma de aprendizaje gamificado Operación Guayaquil. Se ha realizado una investigación mixta para lograr determinar el G.O. y sus cualidades para enfocar de forma idónea los medios y comunicados, utilizando canales digitales con el factor de StoryTelling.

League of Legends

Videojuego multijugador de estrategia en tiempo real online

- Elementos transmedia:

Cómics digitales, radio novelas/podcast, cortos animados y banda sonora, más lo que la comunidad en torno al juego genera.

Buena práctica:

Cuando League of Legends anuncia un nuevo personaje jugable, ellos suelen realizar una campaña de expectativa en redes sociales, también suelen crear un comic o un cuento, sumado a esto dentro del juego incluyen varias experiencias interesantes como las interacciones en el mapa de juego, hasta que el personaje es lanzado finalmente.

¿Cómo lo voy a aplicar en el proyecto?

Se hará campaña de expectativa en redes sociales para anunciar nuevos cambios en la plataforma, así como expansión del universo narrativo por medio de cómics en landings.

- Novela narrada a través de YouTube

Buena práctica:

Por medio de un segmento denominado Leyendas en su canal de YouTube, el estudio de audio de League of Legends que se encuentra localizado en México, para el doblaje de personajes realiza una serie de cuentos oficiales de los guionistas del videojuego narrados que resultan atractivos para aumentar visión del juego

¿Cómo lo voy a aplicar en el proyecto?

Se realizarán breves episodios de tipo comic para el fanpage de facebook, fomentar y motivar el uso de la plataforma en los usuarios.

Se creará una sección adicional en la plataforma para organizar los eventos de la línea de tiempo de la plataforma Operación Guayaquil para llevar un registro histórico narrativo.

- Sitio web de la historia del juego y sus artes visuales

Buena práctica:

Dentro de la página web de League of Legends se habla del desarrollo de la historia del juego y de sus personajes.

¿Cómo lo voy a aplicar en el proyecto?

En la plataforma Operación Guayaquil, se detallarán las características de cada uno de los personajes, antecedentes del universo y los artes visuales de los mismos.

Evoke

Es una plataforma web con desafíos de análisis / off line financiada por el Banco Mundial

Buena práctica:

El landing de Evoke tiene de por sí la primera misión, sin necesidad de registro a la plataforma, por lo que de buenas a primeras hace que te quieras involucrar con el juego. También tiene entradas de blog con misiones a la vista del público donde se puede observar que la gente está interactuando con la plataforma.

¿Cómo lo voy a aplicar en el proyecto?

En la sección del Centro de Operaciones en la plataforma de Operación Guayaquil, pondré un centro de actividades, que funciona como un blog para mostrar actividades, avances en la plataforma y eventos.

Ingress

Aplicación móvil, juego de realidad aumentada

Buena práctica:

En el sitio web oficial del proyecto Ingress avisan sobre eventos que se harán por ciudades.

¿Cómo lo voy a aplicar en el proyecto?

En la plataforma se anunciarán eventos a nivel ciudad para ganar puntos adicionales y recompensas, éstos serán preanunciados en redes y organizados desde la plataforma.

Metodología para prototipar

Para la investigación de este prototipo se realizó entrevistas y pruebas de usabilidad de la plataforma a jóvenes que están entre los 16 y 18 años de edad de diversos sectores de la ciudad de Guayaquil, gracias a estas entrevistas pudimos obtener el mapa de empatía y así poder elaborar un algoritmo de procesos a parte de conocer su apreciación sobre la plataforma.

Metodología de investigación cualitativa:

- Entrevistas (colegios dentro de las zonas vulnerables)

Para hacer el muestreo se va a hacer la entrada por distritos escolares y se escogerá un colegio por distrito y dos alumnos por colegio sin sesgo de género.

Objetivos:

- Conocer la apreciación de los usuarios sobre el diseño de la plataforma y determinar su interés en el aprendizaje virtual.
- Conocer si los usuarios tienen dificultades para utilizar la navegación de la plataforma.

Método usado:

En el presente proyecto se utilizó como método de investigación el Mapa de Empatía.

De acuerdo con el escrito de “Designing Personas with Empathy Map” hecho por Bruna Ferreira, Williamson Silva, Edson A Oliveira Jr, Tayana Conte (2015): *“El objetivo del mapa de empatía es crear un grado de empatía con el usuario para que el equipo de desarrollo del producto comience a comprender más profundamente a los usuarios y se vuelvan más conscientes de sus necesidades reales”*.

Esta herramienta consiste principalmente en detallar las necesidades e intereses de los usuarios para poder obtener éxito en el producto o servicio que se le vaya a ofrecer.

El método de empatía nos permite reunir datos muy útiles acerca del usuario, de manera que tengamos una visión clara acerca de los gustos y preferencias para quienes estamos diseñando nuestro producto/servicio. No sólo permite enfocarse en las características demográficas, sino que comprendemos cuál es el entorno del cliente, sus sueños, sus temores y sus necesidades.

El mapa de empatía está compuesto de seis áreas:

- 1.- Ver: Lo que ve en su entorno.
- 2.- Dice y hace: Lo que dice el usuario y cómo se comporta en público.
- 3.- Piensa y siente: Lo que sucede en la mente del usuario
- 4.- Escuchar: El medio ambiente y su influencia en el usuario
- 5.- Dolor: Las dificultades, frustraciones y riesgos que posee el usuario
- 6.- Gane: Lo que quiere realmente el usuario conseguir y qué se puede hacer para alcanzar sus objetivos.

Mapa de empatía

El mapa de empatía que se puede ver a continuación en la ilustración 4 fue realizado luego de haber entrevistado a varios adolescentes de diversos sectores de la ciudad de Guayaquil.



Ilustración 4 Mapa de empatía

Fuente: Elaboración propia

Algoritmo de procesos

Se realizó un algoritmo para explicar cómo el usuario puede llegar a la plataforma de operación Guayaquil como lo explica la ilustración 5 en dicha se puede

ver en qué escenario se puede enganchar al usuario para que utilice la plataforma por 3 vías diferentes.

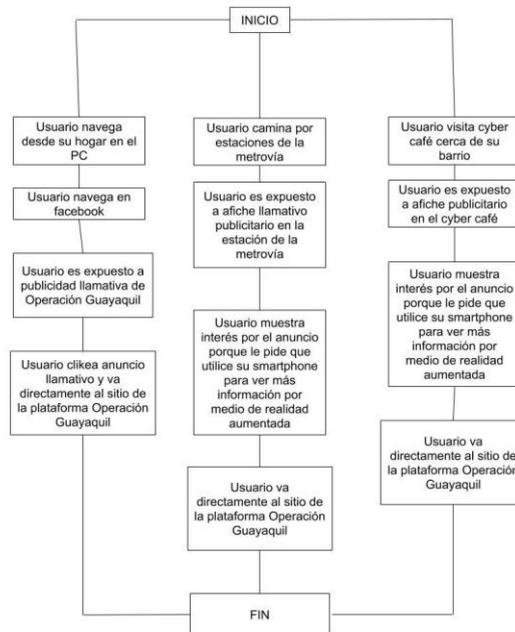


Ilustración 5 Viaje del usuario antes de llegar a la plataforma Operación Guayaquil

Fuente: Elaboración propia

Los algoritmos a continuación fueron elaborados con el propósito de evidenciar los procesos de navegación de la plataforma operación Guayaquil y así poder entender su estructura y las etapas por las que el usuario puede navegar, la estructura que se puede observar en la ilustración 6 y 7 pertenecen a la zona a las que tiene acceso de acción el usuario jugador.

**Algoritmo de navegación del usuario en la plataforma
Operación Guayaquil**

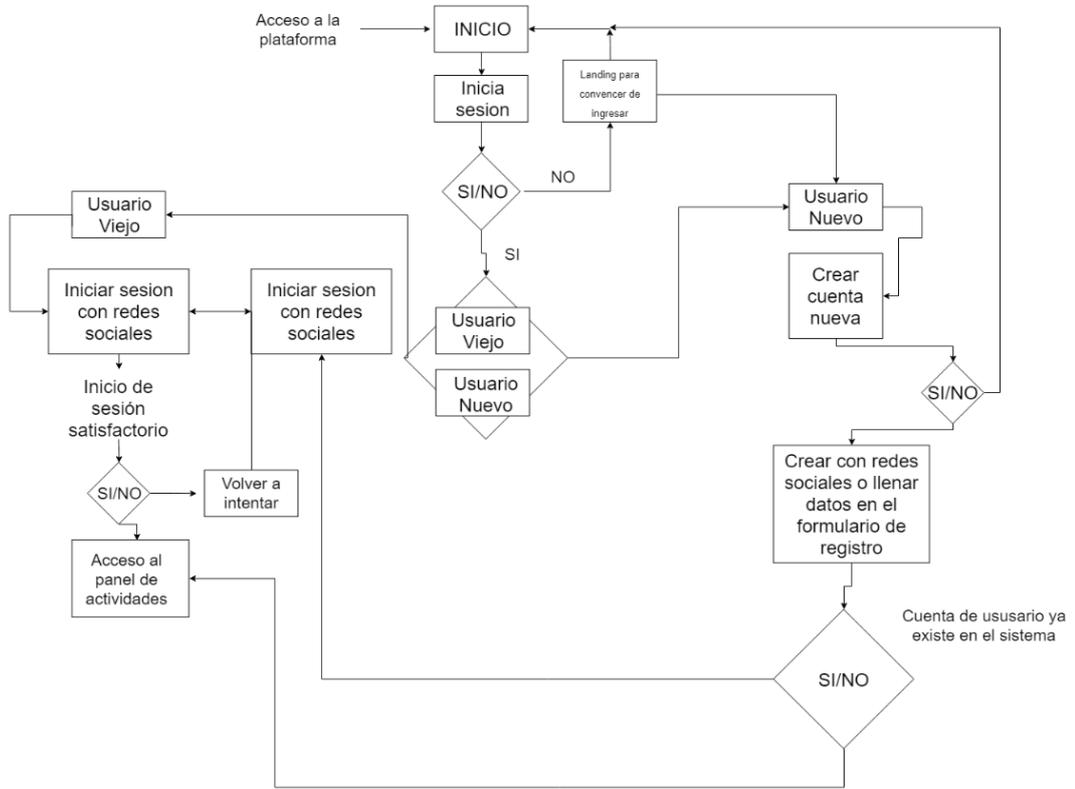


Ilustración 6 Algoritmo de proceso de inicio de sesión en la plataforma Operación Guayaquil

Fuente: Elaboración propia

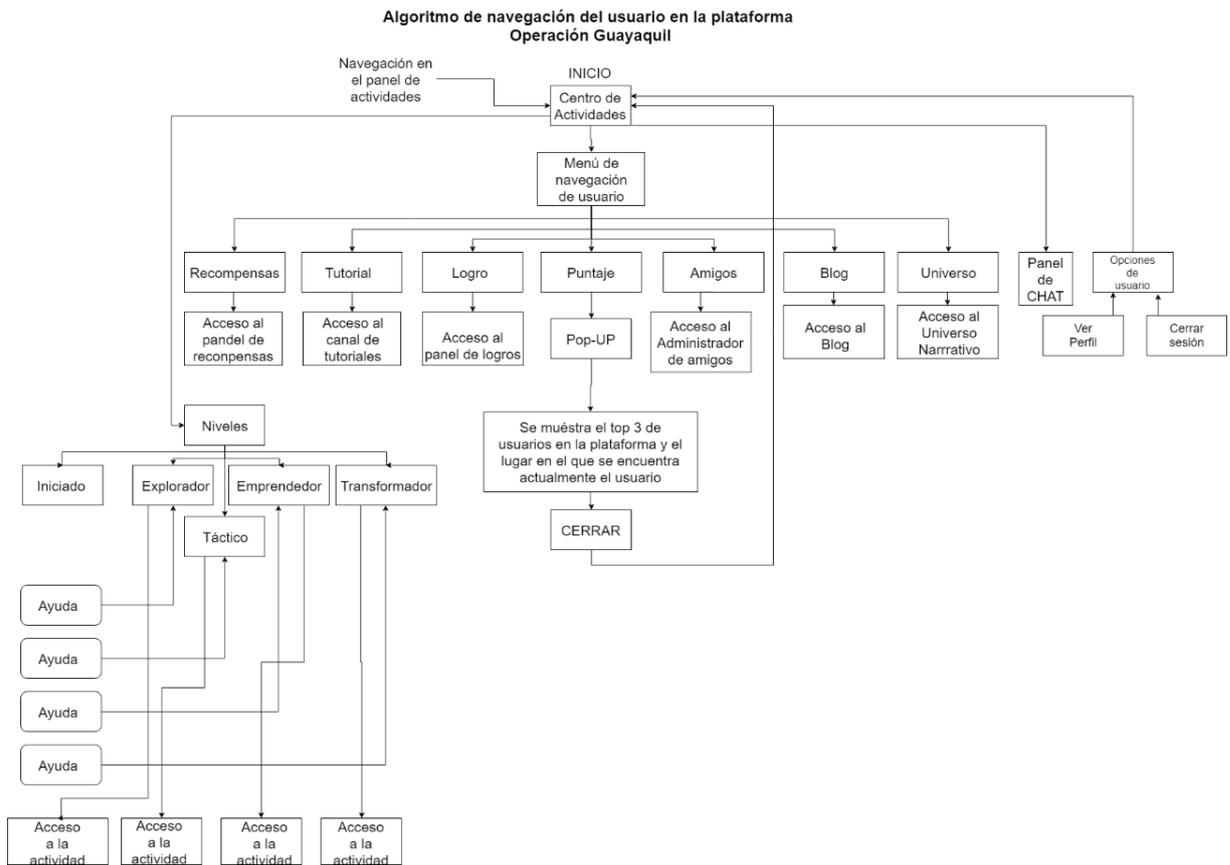


Ilustración 7 Algoritmo de proceso de navegación de la plataforma Operación Guayaquil

Fuente: Elaboración propia

Descripción del prototipo

Descripción del Prototipo

Objetivo del trabajo

- Rediseñar la gráfica, interfaz y experiencia de usuario de la plataforma gamificada “Operación Guayaquil”.
- Crear una estrategia de comunicación para la socialización de la plataforma

Rediseño gráfico, interfaz y experiencia de usuario de la plataforma Operación Guayaquil

Se toma como base el diseño gráfico y de interfaz anterior de la plataforma, se revisan cada una de las secciones y se realiza un diagnóstico de validez de dichas, se revisan

plataformas familiares a las que usualmente utiliza el grupo objetivo y se realiza un recopilatorio de la mayoría de funciones a establecer en el rediseño, se procedió a rediseñar la mayoría de secciones en la plataforma y la creación de áreas faltantes en dicha, se agregan secciones nuevas como “Contactos”, “Universo OG”, “Área de eventos globales”, “Recompensas”, “Ajustes en perfil de usuario”, “Ranking” y “Logros”, en este sentido la plataforma adquiere una serie de factores que la hacen más navegable y completa en su etapa preliminar, también se refino el diseño de secciones ya existentes agregando pequeños detalles como el título de la página principal como se puede observar en las ilustraciones 8 y 7.



Ilustración 8 Pantalla de inicio versión actual de la plataforma Operación Guayaquil

Fuente: Obtenida de la plataforma Operación Guayaquil



Ilustración 9 Pantalla de inicio versión definitiva de la plataforma Operación Guayaquil

Fuente: Elaboración propia

En esta sección de inicio de sesión de usuario se cambio de forma ligera para dar un ambiente más sencillo en torno a la ubicación de los elementos, a continuación, en las ilustraciones 10 y 11 se pueden visibilizar los siguientes cambios.

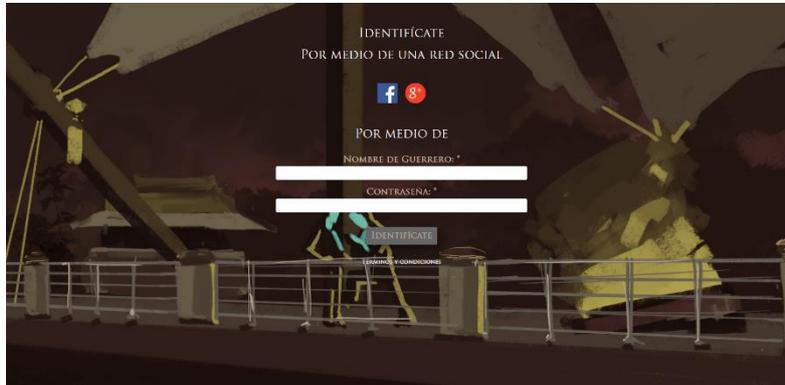


Ilustración 10 Inicio de sesión de usuario versión actual en la plataforma Operación Guayaquil

Fuente: Obtenido de la plataforma Operación Guayaquil

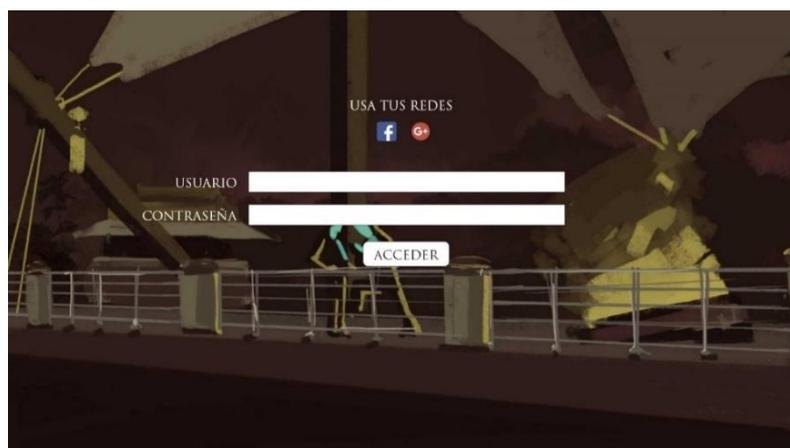


Ilustración 11 Inicio de sesión de usuario versión definitiva en la plataforma Operación Guayaquil

Fuente: Elaboración propia

Para la sección de registro de nuevo usuario se realizaron ligeros cambios en torno al orden de los elementos

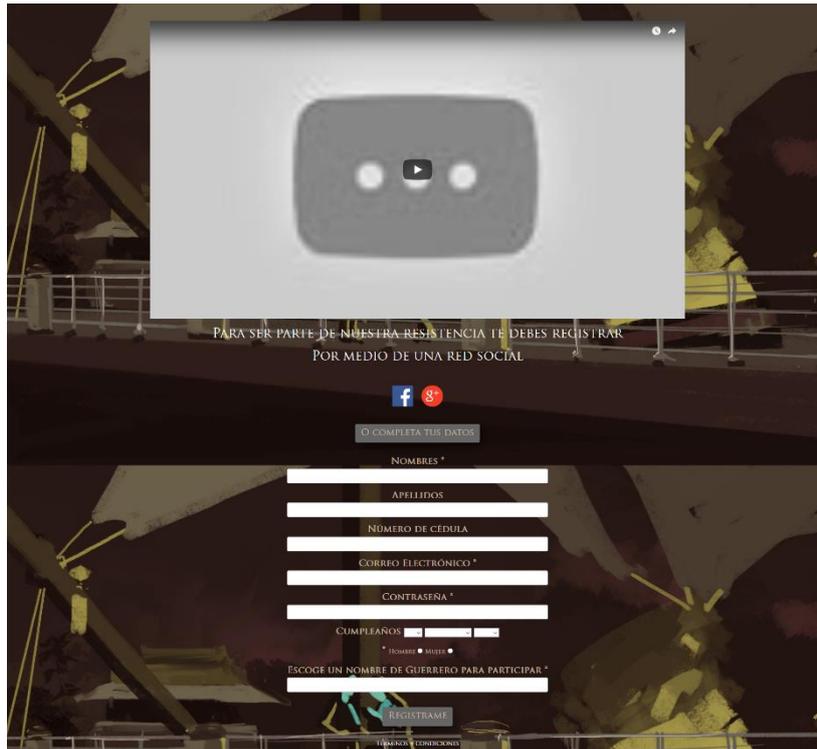


Ilustración 12 Registro de usuario en la plataforma Operación Guayaquil versión actual

Fuente: Obtenido de la plataforma Operación Guayaquil



Ilustración 13 Registro de nuevo usuario en la plataforma Operación Guayaquil versión definitiva

Fuente: Elaboración propia



Ilustración 14 Pantalla de preguntas iniciales para el perfil de usuario en la plataforma Operación Guayaquil versión definitiva

Fuente: Elaboración propia

En la sección de registro actual se le pregunta al usuario por su nombre de Guerreio al final del formulario de registro, se realizo un ligero cambio en dicha zona y se remplazo por Nombre de Agente, así mismo se organizo la información visual de la pantalla para que sea más legible, se utilizan colores más contrastados con el fondo para dar orientación en la toma de decisiones del usuario, en la ilustración 15 se pueden notar los cambios efectuados.



Ilustración 15 Registro de datos personales del usuario para la plataforma Operación Guayaquil versión definitiva

Fuente: Elaboración propia



Ilustración 16 Pantalla donde el usuario elige su imagen de perfil versión definitiva

Fuente: Elaboración propia

En el rediseño de usabilidad también se incluye un tutorial dinámico que te va guiando sobre el uso de la plataforma, para un futuro faltaría incluir una sección de preguntas frecuentes y ayuda al usuario o soporte técnico, de momento por medio de Facebook se pueden responder preguntas y soporte, en adicional a estos cambios ya dichos se encuentra también una sección previa a las misiones de la plataforma denominada “Seleccionador de misiones” que sirve en particular para crear una ruta de finalización de área, de esta manera ampliamos el mapa de desarrollo dentro de la plataforma, las herramientas utilizadas para el rediseño son Adobe Illustrator para diagramar los espacios de navegación y la herramienta Adobe XD para hacer esta navegación interactiva a nivel de navegación, por lo que los campos dinámicos como subir imágenes o escribir texto están deshabilitados, el propósito es entregar al programador una maqueta demostrativa de la funcionalidad de la plataforma y su interconectividad.

Link al prototipo interactivo

Entre el año 2016 y 2017 la Universidad Casa Grande desarrollo la actual plataforma Operación Guayaquil y este fue almacenado en un servidor propio de la institución para seguir su desarrollo, el servido de momento tiene dificultades de

conectividad constante por lo que el sitio no se puede apreciar, no obstante se deja el acceso a la plataforma a continuación

http://og.ucg.ec:8080/operacion_guayaquil/principal/home

Para ver el trabajo que se ha hecho para la plataforma actual se puede acceder al siguiente vinculo.

<https://xd.adobe.com/view/7449f416-520e-43cd-5a01-7a652123780a-0278/>

Rediseño de secciones internas de la plataforma Operación Guayaquil

Menú de navegación

Se realizó el rediseño del menú de navegación del usuario en la plataforma y adicional se aumentaron las nuevas secciones para la plataforma que quedaron pendientes en la versión actual de la misma, también se cambió los colores del menú para dar una orientación más precisa sobre la sección en la que se está navegando.



Ilustración 17 Menú de navegación versión actual

Fuente: Obtenida de la plataforma Operación Guayaquil.



Ilustración 18 Menú de navegación versión definitiva

Fuente: Elaboración propia

Sección de recompensas en la plataforma Operación Guayaquil

Este programa funciona con el puntaje obtenido al finalizar las misiones en la plataforma gamificada.

Las misiones establecidas de momento en la plataforma Operación Guayaquil son las siguientes:

1. Explorador: Artista de la noche, que busca explotar el pensamiento creativo.

2. Explorador: Cómics para la resistencia, que también explotan el pensamiento creativo.
3. Táctico: Creador de videojuegos, que explota la resolución de problemas.
4. Táctico: Agentes de la investigación, que explota el poder de resolución de problemas.

Cada misión tiene su nivel de dificultad y junto a éstas un puntaje tras ser finalizada.

Este puntaje se convierte en una moneda de canje digital que permite al usuario reclamar los premios establecidos, los premios sólo pueden ser reclamados por el dueño de la cuenta en la que se está participando. Los premios son fijados por la M.I.

Municipalidad de Guayaquil, por lo que los presentados en las capturas de pantalla de la plataforma son simples ejemplos de lo que pueden ser premios o recompensas tentativos, económicos y motivadores para los usuarios.

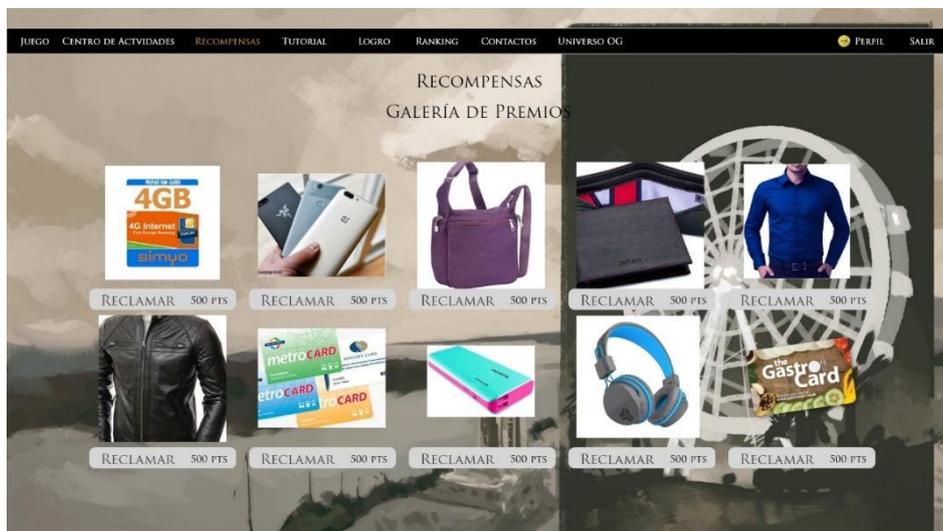


Ilustración 19 Pantalla de sección de Recompensas

Fuente: Elaboración propia

Sección Universo Operación Guayaquil

Esta sección contiene tres secciones internas de entretenimiento narrativo ficcional que aportan a la historia principal de la temática de la plataforma a tener un enganche más rico en contenido con los usuarios, a continuación, el detalle de cada una de ellas:

- **Personajes:** Esta subsección muestra a los personajes que van apareciendo a lo largo de la historia ficcional de la plataforma, donde se puede apreciar la historia personal de cada uno por medio de un resumen y la muestra de sus aptitudes.
- **Antecedentes históricos:** Aquí se explica lo que ha ocurrido en el mundo ficcional de Operación Guayaquil, la guerra entre los Laudos y los Trematodos y los actores principales del centro de mando, aún no se ha elaborado una temática muy profunda sobre los antecedentes, ya que parte de esta sección será construida en conjunto con los usuarios de la plataforma a través de misiones.
- **El multiverso:** La sección más abierta del universo narrativo de Operación Guayaquil queda reservada para los usuarios que quieran participar en historias alternas a la temática principal actual.



Ilustración 20 Sección Universo en la plataforma

Fuente: Elaboración propia

UNIVERSO OG

AGENTES

ALINA



VER

ESTEBAN



VER

PAMELA



VER

GERMAN



VER

Ilustración 21 Subsección Agentes

Fuente: Elaboración propia

UNIVERSO OG

AGENTES

AGENTE ALINA, 18 AÑOS DE EDAD LA GARZOTA, GYE



PERSONAJE QUE MUESTRA DIVERSOS EJEMPLOS DE COMO PODER HIBRIDAR IDEAS Y LO CALIZARLAS.

ALINA ES UNA JOVEN DE 18 AÑOS QUE VIVE EN LA GARZOTA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL. DESDE PEQUEÑA LE HAN GUSTADO LOS LEGOS Y LAS CIENCIAS NATURALES. AMA CON FERVOR LA COMPUTADORA Y SIEMPRE ESTÁ INVESTIGANDO NUEVOS PRODUCTOS DIGITALES. ACTUALMENTE, ES LA DESARROLLADORA PRINCIPAL DE LA PLATAFORMA OPERACION GUAYAQUIL. SU MOTIVACION ES PODER UNIRSE A OTROS PARA FORMAR GRANDES IDEAS EMPRENDEDORAS QUE AYUDEN A OTROS A MEJORAR SUS VIDAS.

LOS PADRES DE ALINA SON PERSONAS SENCILLAS QUE BUSCAN SIEMPRE APOYAR A SU HIJA EN SUS PROYECTOS, A SU VEZ LA GUIAN PARA QUE NO CAIGA EN LAS GARRAS DE UNA VIDA MONOTONA, POR LO QUE LA INCENTIVAN A UN MUNDO DE BÚSQUEDA SIN FIN.

ALINA SE UNE A LA FUERZA INTELLECTUAL DE OPERACION GUAYAQUIL PARA AYUDAR A JÓVENES DE BARRIOS VULNERABLES DE LA CIUDAD A MEJORAR SUS VIDAS UTILIZANDO DE FORMA EFICIENTE Y CREATIVA LA TECNOLOGÍA QUE SE ENCUENTRE A SU ALCANCE.

ESTADÍSTICAS

PALABRAS CLAVES

ARTE
SUPERACIÓN
NOCTURNO

SIGUIENTE -->

Ilustración 22 Su subsección Agente Alina

Fuente: Elaboración propia

Sección Ranking

Esta sección muestra a todos los usuarios de la plataforma un puntaje global entre usuarios y un puntaje de grupo de amigos, de esta forma los usuarios pueden saber quiénes son los que lideran las tablas y también pueden agregar como contactos a los demás usuarios que no son contactos amistosos, esta sección tiene como fin crear una competencia leal y cooperativa.

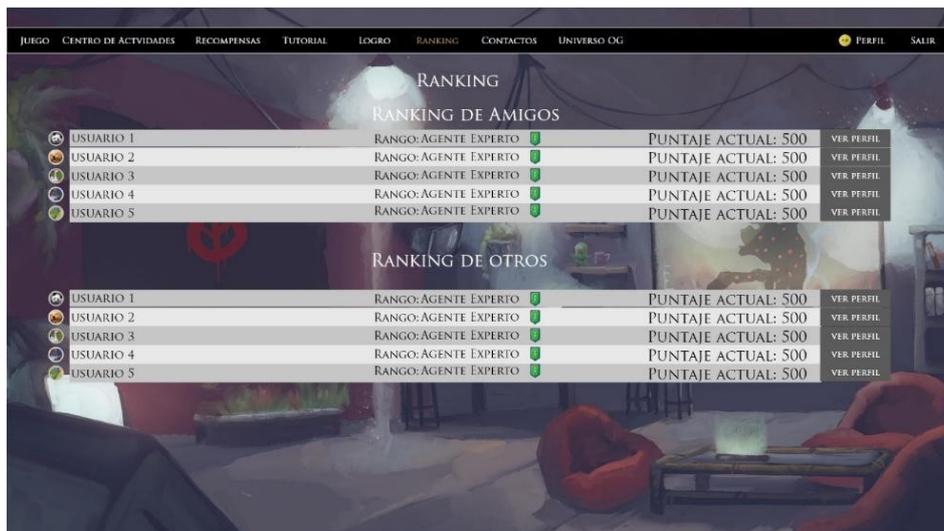


Ilustración 23 Sección Ranking

Sección Contactos

Esta sección sirve a los usuarios de la plataforma poder agregar contactos para chatear y establecer alianzas para el desarrollo de las misiones cooperativas, los usuarios pueden agregar a otros por medio de tres formas: Facebook, código de usuario o nombre de usuario.

Además, el usuario también puede eliminar o bloquear contactos no deseados.



Ilustración 24 Sección de Amigos

Fuente: Elaboración propia



Ilustración 25 Perfil de usuario no conocido que es visible a los demás usuarios y que no es amigo aún

Fuente: Elaboración propia



Ilustración 26 Perfil de usuario amigo

Fuente: Elaboración propia

Sección Logros

En esta sección se muestran los logros obtenidos por el usuario tras haber completado las misiones como ingresar regularmente a la plataforma. Al usuario se le mostrará su avance en la plataforma gamificada, así como las medallas obtenidas sin dejar fuera las misiones que le faltan por cumplir, sus estadísticas de desarrollo personal y nube de palabras que más utiliza cuando responde preguntas de los desafíos dentro de las misiones.



Ilustración 27 Sección de Logros

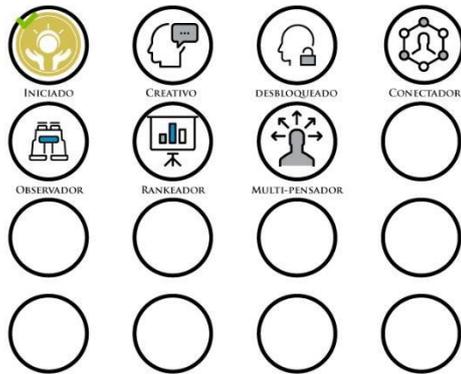
Fuente: Elaboración propia

Sistema de medallas

Se realizó un sistema de medallas de colección para que el usuario valla desbloqueando de forma en la que avanza en la plataforma, estas medallas representan ciertos valores que el usuario va explorando tales como la finalización de un nivel o la visita de perfiles en la plataforma en la ilustración 28 que se encuentra a continuación se puede ver a detalle cómo están conformadas, se dejaron los espacios en blanco para futuras medallas.

SISTEMA DE MEDALLAS OBTENIDAS

MEDALLAS OBTENIDAS



SIGNIFICADOS

- INICIADO**
SE OBTIENE AL HABER TERMINADO EL TUTORIAL
- CREATIVO**
SE OBTIENE AL HABER TERMINADO LA MISIÓN DEL TUTORIAL
- DESBLOQUEADO**
SE OBTIENE AL HABER TERMINADO LA PRIMERA MISIÓN DEL NIVEL EXPLORADOR
- CONECTADOR**
SE OBTIENE AL HABER AGREGADO A LOS PRIMEROS 5 AMIGOS
- RANKEADOR**
SE OBTIENE AL HABER ESTADO EN EL TOP 10 DEL RANKING GLOBAL
- OBSERVADOR**
SE OBTIENE AL VISITADO AL MENOS UNOS 10 PERFILES DE AGENTES
- MULTI-PENSADOR**
SE OBTIENE AL REALIZADO LAS MISIONES DE NIVEL TÁCTICO

Ilustración 28 Sistema de medallas para usuario de la plataforma Operación Guayaquil

Fuente: Elaboración propia

Sección Perfil de Usuario

En esta sección se ha realizado una refinación y reajuste de los elementos digitales a las que el usuario tiene derecho a cambiar tales como sus redes sociales, foto de perfil, cambio de contraseña y poder ver sus medallas obtenidas. Cabe indicar que estas opciones se encuentran en la subsección “Ajustes de Perfil de Usuario” dentro de la sección de “Perfil”, como se puede ver en las ilustraciones 30 y 31.

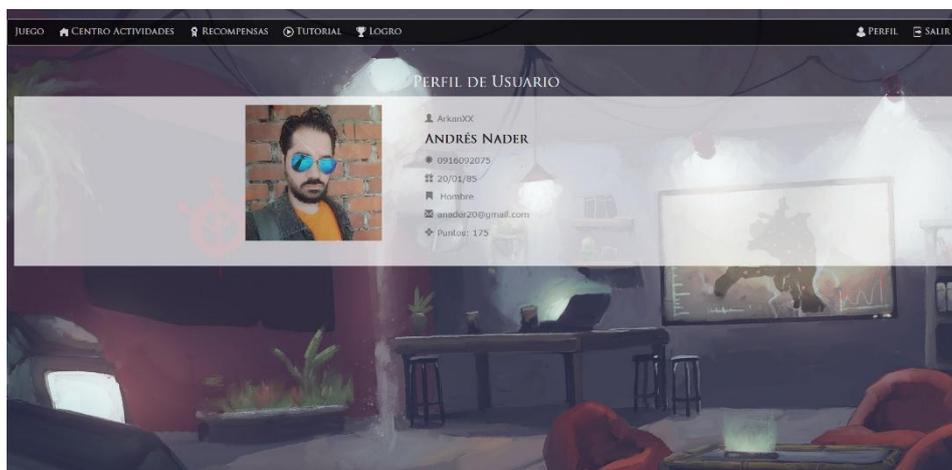


Ilustración 29 Perfil de usuario versión actual

Fuente: Captura adquirida de la plataforma actual de Operación Guayaquil



Ilustración 30 Perfil personal del usuario versión definitiva.

Fuente: Elaboración propia

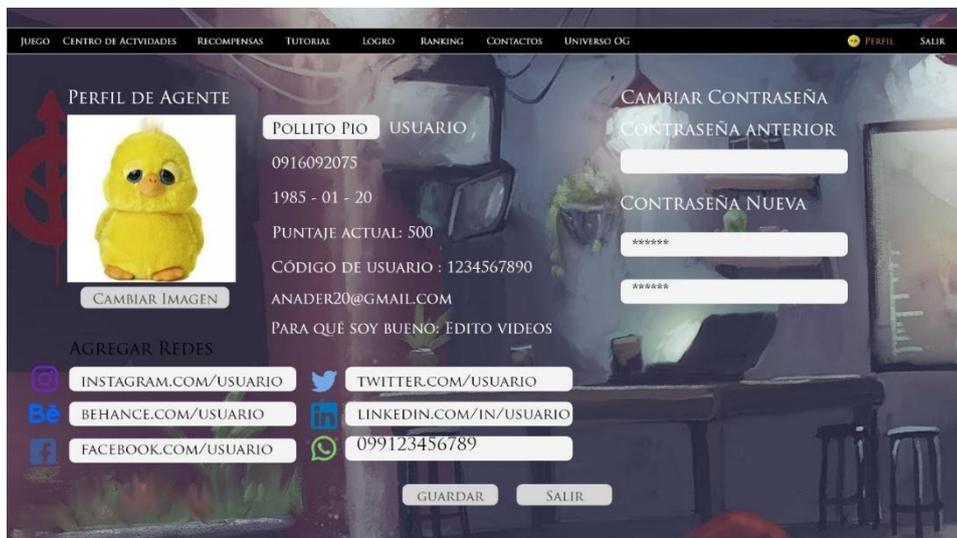


Ilustración 31 Edición del perfil de usuario

Fuente: Elaboración propia

Rangos de agente

Se elaboro un sistema de rangos para puntuar y reconocer a los usuarios que van terminando misiones a lo largo de la plataforma, este esta representado por medallas que tienen su propio valor en puntaje, al finalizar cada misión según su grado de dificultad van subiendo de rango, se escoge el termino rango ya que son agentes y estos al igual

que los militares ascienden de cargo por su rango, esto da un sentido de competitividad entre los participantes y se puede utilizar en un futuro para ciertas misiones.

RANGOS DE AGENTE

	PRINCIPIANTE NIVEL 1 = 0 A 50 PTS
	PRINCIPIANTE NIVEL 2 = 51 A 100 PTS
	PRINCIPIANTE NIVEL 3 = 101 A 200 PTS
	AVANZADO NIVEL 1 = 201 A 250 PTS
	AVANZADO NIVEL 2 = 251 A 300 PTS
	AVANZADO NIVEL 3 = 301 A 400 PTS
	EXPERTO NIVEL 1 = 401 A 450 PTS
	EXPERTO NIVEL 2 = 451 A 500 PTS
	EXPERTO NIVEL 3 = 501 A 550 PTS
	EXPERTO NIVEL 4 = 551 A 600 PTS
	ELITE NIVEL 1 = 601 A 650 PTS
	ELITE NIVEL 2 = 651 A 700 PTS
	ELITE NIVEL 3 = 701 A 800 PTS
	SECRETO NIVEL 1 = 801 A 850 PTS
	SECRETO NIVEL 2 = 851 A 900 PTS
	SECRETO NIVEL 3 = 901 A 1000 PTS
	SEMI-PROFESIONAL NIVEL 1 = 1001 A 1100 PTS
	SEMI-PROFESIONAL NIVEL 2 = 1101 A 1200 PTS
	SEMI-PROFESIONAL NIVEL 3 = 1201 A 1300 PTS
	PROFESIONAL NIVEL 1 = 1301 A 1400 PTS
	PROFESIONAL NIVEL 2 = 1401 A 1500 PTS
	PROFESIONAL NIVEL 3 = 1501 A 1600 PTS
	

Ilustración 32 Tabla de rango para agentes de la plataforma operación Guayaquil

Fuente: Elaboración propia

Sección de tutorial

En esta se diseño una interfaz especial para explicar el significado de cada una de las opciones de la pantalla de principal donde el usuario pasará mayor parte del tiempo y realizará las debidas acciones de navegación, se diseñaron un total de 10 páginas instructivas con texto sencillo de entender.



Ilustración 33 Pantalla de inicio del tutorial del panel de control del usuario en la plataforma Operación Guayaquil

Fuente: Elaboración propia

Descripción de las misiones nuevas

Para la elaboración de estas misiones se toma como base la plantilla de creación de misiones que se realizo en el prototipo anterior de Operación Guayaquil para la creación de estas, para resumir un poco, las misiones se componen de 3 fases las cuales consisten en Descubrir, Conectar y Crear, en cada una de estas fases el usuario enfrenta una serie de desafíos para ser completadas, se realizaron dos misiones nuevas, una de para el nivel de Explorador y la otra para el nivel Táctico, en la nueva misión de explorador se explota la capacidad de que la misión sea *StoryMaking*, a continuación las misiones:

Nivel Explorador

Misión: Cómic para la resistencia

Descripción: Desarrollar tu propio cómic de la resistencia

Poder: Pensamiento Creativo

Actividades

1. Descubrir

Nombre: Agente de cómic

Hola Agente (nombre de usuario) la resistencia no se detiene de trabajar ni siquiera los fines de semana, aun así, a veces tomamos un tiempo de descanso, y en ese tiempo buscamos entretenernos, hemos determinado que los cómic son una forma divertida de contar historias muy geniales, por lo que esta tarea puede incluso resultarte beneficiosa, por favor mira los vídeos a continuación para que tengas una idea de cómo empezar.

Te dejamos también una lista de los programas y links de vídeos que podrías necesitar:

Programas:

- ComicBook para iOS iPhone o iPad
- StoryBoard de Google para Android

Enlaces de vídeos:

- SaraH con Hache. (2017, mayo 4) Mi primer cómic: Errores de principiante [Archivo de video]. Recuperado de <https://youtu.be/7Qt6N6AwUFo>
- Ringer Comic. (2017, agosto 17) ¿Cómo crear un superhéroe según Stan Lee? [Archivo de video]. Recuperado de <https://youtu.be/ydR-H0xm018>
- Loulou VZ. (2017, septiembre 4) ¿Quieres hacer un CÓMIC, pero no sabes por dónde empezar? [Archivo de video]. Recuperado de <https://youtu.be/nOqsUThNpL4>

- jose Tecnofanatico. (2011, agosto 11) ¿Cómo crear tus propios cómics con ComicBook? - aplicación para el iPhone 4, ipad 2 y iPod touch [Archivo de video]. Recuperado de <https://youtu.be/aS7K-VdnNkU>
- Mundo Android Mania. (2018, enero 5) ¿Cómo crear cómics o historietas con la cámara de tu teléfono? [Archivo de video]. Recuperado de <https://youtu.be/4UV3JJsE-Pc>



Ilustración 34 Pantalla de elaboración de misión

Fuente: Elaboración propia

Pedido: Ahora que ya conoces cómo crear tu primera historia en cómics, queremos que nos comentes en el cuadro de a continuación: ¿para qué otras cosas usarías los cómics?

¿Qué problemas enfrentan los superhéroes que sean parecidos a tus dificultades?

¿Cómo los creadores de cómics hacen creíble los poderes de los superhéroes?

¿Qué errores evitarías al crear un cómic?

¿Para qué otras cosas usarías los comics?

2. Conectar

Nombre: Creadores de cómics que viven en mi ciudad

Hola Agente (nombre de usuario) estamos muy contentos ya que Guayaquil está teniendo una fuerte influencia internacional con los cómics hechos aquí, por lo que nos gustaría que también fueses parte de dicho movimiento, primero necesitamos que investigues quiénes son los autores, una pista, en City Mall hay una librería, tal vez por ahí puedes empezar a buscar quiénes están en la escena del cómic guayaquileño, luego de encontrarlos necesitamos que nos indiques quiénes son y qué obras han realizado, compartiendo una foto o un artículo en internet sería ideal.

3. Crear

Nombre: Cómics que retratan historias de mi ciudad

Agente (nombre de usuario) queremos saber cómo está el Guayaquil de la superficie, para eso queremos conocer alguna historia de éxito de alguien a quien tu admires en tu localidad y la representes en un cómic, si te juntas con otros agentes puedes conseguir más detalle narrativo, cuando lo tengas estaría genial que nos los compartas por link o capturas.

Nivel Táctico

Misión: Agentes de la investigación

Descripción: Investigar y tomar decisiones estratégicas

Agente (Usuario), necesitamos de una gran mente para explorar este universo de información, hemos determinado gracias a un estudio de “mercado” que podemos tomar decisiones para mejorar las condiciones de vida de las personas y sus productos de uso diario.

Para esta misión vas a aprender a crear formularios que te sirven para crear encuestas y cuadros estadísticos, y te preguntarán - ¿Para qué me sirve esto? – todo aquel que crea

ser un gran agente de cambio debe al menos poder entender cómo se elabora una encuesta y qué decisiones podemos tomar a partir de los resultados que ella arroja, como por ejemplo: la satisfacción de las personas que usan los servicios de la metrovía a diario o buses urbanos, o el sabor de una hamburguesa de un local de comidas rápido versus el otro.

Poder: Resolución de Problemas

Actividades

1. Descubrir

Nombre: El encuestador

Descripción: Aquí iniciamos el viaje, para empezar, necesitamos que conozcas sobre los formularios o encuestas en línea a y para qué sirven.

Con una simple búsqueda en Google acerca del término o utilizando los siguientes accesos puedes conocer más sobre este término y sus usos.

- Ingenio Empresa. (2016, mayo 6) Encuesta de mercado para pronosticar la demanda [Archivo de video]. Recuperado de <https://youtu.be/SGoB11Vgh9Y>
- Santander Río Canal (2016, agosto 8) Google Forms, una poderosa herramienta para tu empresa [Archivo de video]. Recuperado de <https://youtu.be/1JFFf8AQuhI>
- OhMyGeek!. (2017, octubre 3) ¿Cómo hacer una encuesta en Instagram? [Archivo de video]. Recuperado de <https://youtu.be/N0voeQaIXHk>
- Andres Fanático. (2017, abril 27) [La Guía Definitiva] Crear Formularios en Google Drive 2017? [Archivo de video]. Recuperado de <https://youtu.be/oh7gOVKNpTs>

- Saul Rick Fernández. (2017, noviembre 30) Herramientas gratuitas para hacer encuestas online [Archivo de video]. Recuperado de <https://youtu.be/DTQHbfFIkjg>

Reflexión: Agente, ahora que ya has revisado los videos de cómo realizar formularios o encuestas en línea, puedes realizar una pequeña investigación en Google acerca de ¿Qué tipos de encuestas y formulario has encontrado? (Enumera al menos 5 de estos) y ¿Con qué fin utilizarías este nuevo conocimiento?

2. Conectar

Nombre: Una primera aproximación

Descripción: Agente (Nombre de usuario) ya que has aprendido acerca de la creación de formularios, necesitamos que nos muestres tus habilidades nuevas obtenidas creando una encuesta demostrativa. La resistencia tiene un severo problema de usuarios por lo que nos sería de gran utilidad saber por qué otros como tú no se nos unen como agentes.

Reflexión: Sube aquí tu formulario demostrativo.

3. Crear

Nombre: El más conocedor

Descripción: Sorprende a tus amigos con una encuesta de 5 preguntas para ver cuánto saben de fútbol, literatura, historia, música o el tema que más te guste. Realiza la encuesta vía Twitter o Facebook o con encuestas de Instagram o con la herramienta digital Formulario de Google y crear una encuesta para ser compartida

<https://www.google.com/forms/about/> recuerda que

los resultados de tu encuesta deben estar abiertos al público.

¡Comparte el link de tu encuesta!

Estrategia de comunicación de la plataforma “Operación Guayaquil”

Concepto de Comunicación

Guayaquil necesita agentes de cambio, Guayaquil te necesita para el futuro.

Concepto Creativo

Sé parte de una nueva generación de agentes de cambio.

Estrategia de comunicación con estrategia transmedia

Las misiones están conectadas con la narrativa de la plataforma, en especial la primera misión del nivel de explorador “Artista de la noche” que conecta en parte con la historia narrativa de la plataforma y dos misiones más que he creado, una de ellas es para el nivel de explorador que consiste en la creación de un cómic y la segunda en el nivel táctico donde los usuarios deberán empezar a utilizar herramientas para encuestas en línea. En desarrollo también está una misión nueva para el nivel de táctico para la creación de un cortometraje. Todas las misiones de la plataforma están conectadas con la narrativa y los usuarios pueden seguir creando mucho más contenido sobre la marcha, algunas de las misiones solicitan a los usuarios compartir en sus redes contenido creado por ellos mismos y en algún punto se solicitarán creaciones de la comunidad para conocer sus alcances. Todo esto va ligado a la narrativa dentro del menú de la plataforma llamado “Universo OG” donde se pueden ver los perfiles de los personajes que acompañarán a los usuarios durante las misiones y sus metas en común, así mismo una macro historia con un multiverso de posibilidades acompaña a los usuarios de la plataforma para darle un sentido más cercano a los cómics de Marvel o DC.

Como parte de la estrategia offline planteo poner el vídeo promocional que fue creado en el prototipo anterior en los televisores de la metrovía para captar nuevos usuarios.

En la estrategia online las redes sirven como un fuerte apoyo a mejorar el tráfico del sitio, así como el blog de eventos en la plataforma donde se harán comunicados de forma frecuente a los usuarios.

Estrategia online

Estrategia en Facebook

URL: <https://www.facebook.com/OperacionGuayaquil/>

Operación Guayaquil tiene un perfil en Facebook para cuando se realizó el pilotaje de la plataforma por lo que se reactivará dicha cuenta para comunicar el desarrollo de la plataforma, así como las promociones y partes de la historia de los personajes y eventos ficticios dentro de la misma.

Facebook se escogió ya que parte del grupo objetivo previamente estudiado dio como preferencia dicha red social para establecer contacto con otros usuarios, así como para entretenerse, resulta buena herramienta al tener buen diseño de sistema para publicidad, donde podremos llamar la atención de los usuarios a través de pauta.

Adicionalmente, se dará apertura a un canal para WhatsApp para Negocios donde se brindará atención y soporte técnico de la plataforma.

Publicaciones 30 días en Facebook para tráfico orgánico, aún no se ha realizado ningún testeó sobre estas, quedan pendientes para cuando la plataforma sea lanzada con los cambios de diseño que refrescan y aumentan su navegabilidad e interacción.

Semana 1	Publicación de Imágenes – T. Orgánico
Lunes	Operación Guayaquil, descubre tu poder interior.
Martes	Ingresa a Operación Guayaquil y mejora tus habilidades.
Miércoles	Tenemos un gran reto para ti, ¿lo aceptas?
Jueves	Muchas recompensas te esperan,

	entérate de cuáles aquí.
Viernes	Ten acceso a tu futuro, conoce Operación Guayaquil.
Sábado	Operación Guayaquil no descansa, ni siquiera los sábados, aprovecha e ingresa para aprender más.
Semana 2	
Lunes	Inicio de semana, debemos seguir creando, para un mejor mañana.
Martes	Hoy tendremos un comunicado especial de Alina.
Miércoles	Esteban tiene una corta historia que contar.
Jueves	Es jueves y el cuerpo lo sabe, si tienes ganas de aprender a mejorar, este es el lugar perfecto.
Viernes	Ser grande requiere de mucha disciplina, aprovecha este día para seguir mejorando tus habilidades.
Sábado	¿Aburrido? Ingresa a nuestro universo y descubre las diversas historias que lo componen.
Semana 3	
Lunes	Hola, soy Pamela, te tengo un secreto.
Martes	Te gusta dibujar y hacer comics, te

	ayudamos a potenciar esa habilidad, ingresa a aquí
Miércoles	Es sorprendente lo que se puede hacer con un simple lápiz, un papel y mucha creatividad. – Germán.
Jueves	Alina nos tiene un #TecnoTip
Viernes	Si, es viernes, se viene el fin de semana, tenemos una sorpresa mañana.
Sábado	Te sorprenderás con esto, ya puedes chatear con otros amigos.
Semana 4	
Lunes	Queremos leer tu opinión, ¿Qué te pareció el sistema de amigos y chat en línea?
Martes	Pamela – Nunca permitas que otros se burlen de lo que haces, solo continúa haciéndolo... que vas por buen camino.
Miércoles	Esteban y German han organizado una fiesta para Alina, para ser parte de esta celebración ingresa aquí.
Jueves	Alina – Sí, hoy toca otro #TecnoTip
Viernes	Felicidades hoy es el cumpleaños de Alina, ingresa aquí para saber cómo celebrarlo junto a ella y los demás

	agentes.
Sábado	Último sábado del mes, creemos que has hecho un gran trabajo, por lo que hoy estaremos subiendo los máximos puntajes a la Operación Guayaquil.

Las publicaciones que se pueden observar a continuación son parte de la estrategia de en Facebook para llamar a nuevos usuarios a unirse a la plataforma, estos anuncios funcionan con pauta publicitaria.

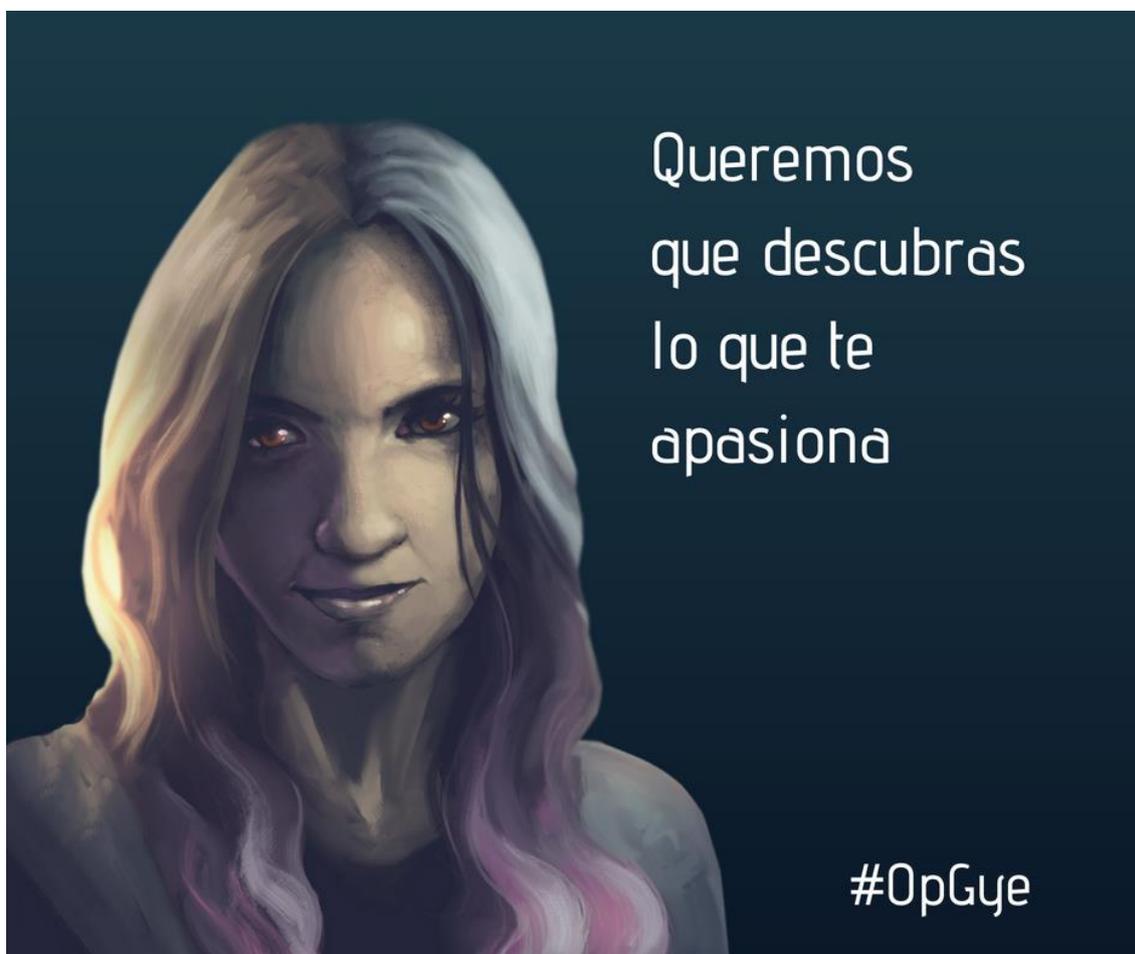


Ilustración 35 Publicación de expectativa para Facebook

Fuente: Elaboración propia

**Necesitamos
AGENTES
para generar un
GRAN CAMBIO**

Más info en link
de la descripción



Ilustración 36 Publicación de lanzamiento de la plataforma para Facebook

Fuente: Elaboración propia

Estrategia offline

En varias estaciones de la metrovía en la ciudad de Guayaquil habrán carteles invitando a los posibles usuarios a ingresar a la plataforma, el método de enganche será promover pasajes gratis en metrovía, más tiempo de internet en la ciudad, esto también aplica a los cibercafés que se encuentran en los sectores donde viven los potenciales usuarios de la plataforma, los afiches tienen tecnología de realidad aumentada y QR incorporada para ser más atractivos e innovadores, estos afiches sugieren al usuario descargar la app *BlippArt* para la correcta visualización, aquí una muestra audiovisual de cómo funciona: <https://www.youtube.com/watch?v=zj21iy7SzM0> también se diseñaron una serie de vestimentas que están conectadas con la narrativa de la historia de la plataforma con realidad aumentada que es el que pueden ver a continuación: <https://www.youtube.com/watch?v=KrV1m-y9m68>

OPERACIÓN GUAYAQUIL



facebook.com/OperacionGuayaquil/



Ilustración 37 Afiche impreso para la Metrovía o Ciber Café

Fuente: Elaboración propia

OPERACIÓN GUAYAQUIL

ESTE AVISO CONTIENE
MÁS INFORMACIÓN

ESCANEA CON:

blippar



Ilustración 38 Afiche para paletas en la ciudad o estaciones de la Metrovía

Fuente: Elaboración propia



Ilustración 39 Muestra de afiche puesto en una paleta publicitaria

Fuente: Elaboración propia

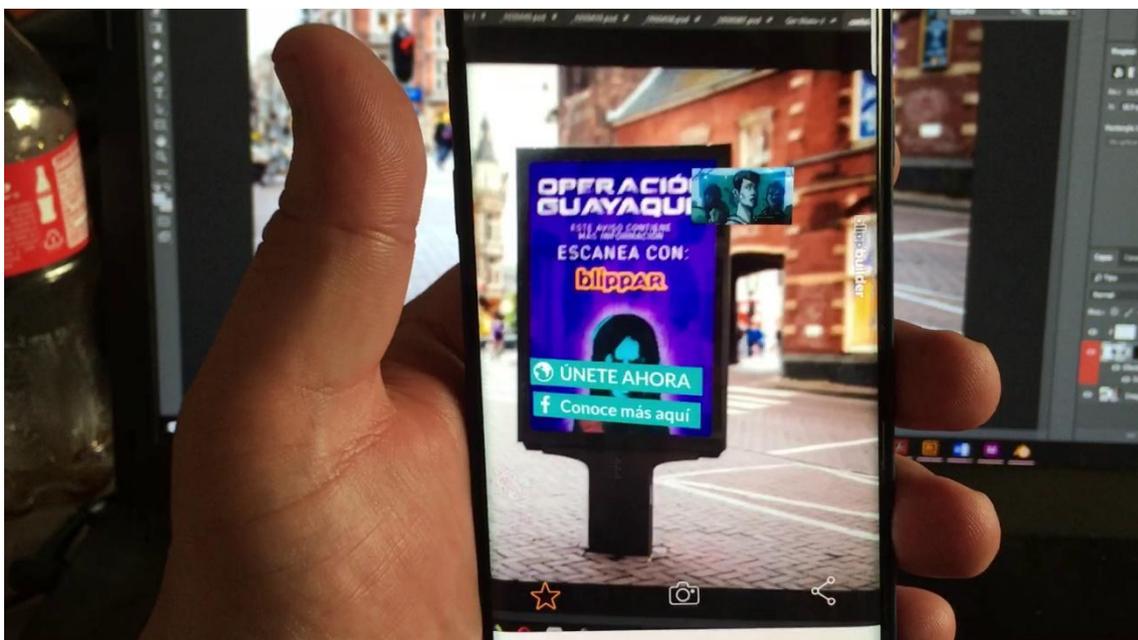


Ilustración 40 Captura de pantalla de la demostración de Realidad Aumentada de los afiches

Fuente: Elaboración propia



Ilustración 41 Muestra de las camisas y sudaderas con el logo de Operación Guayaquil

Fuente: Elaboración propia

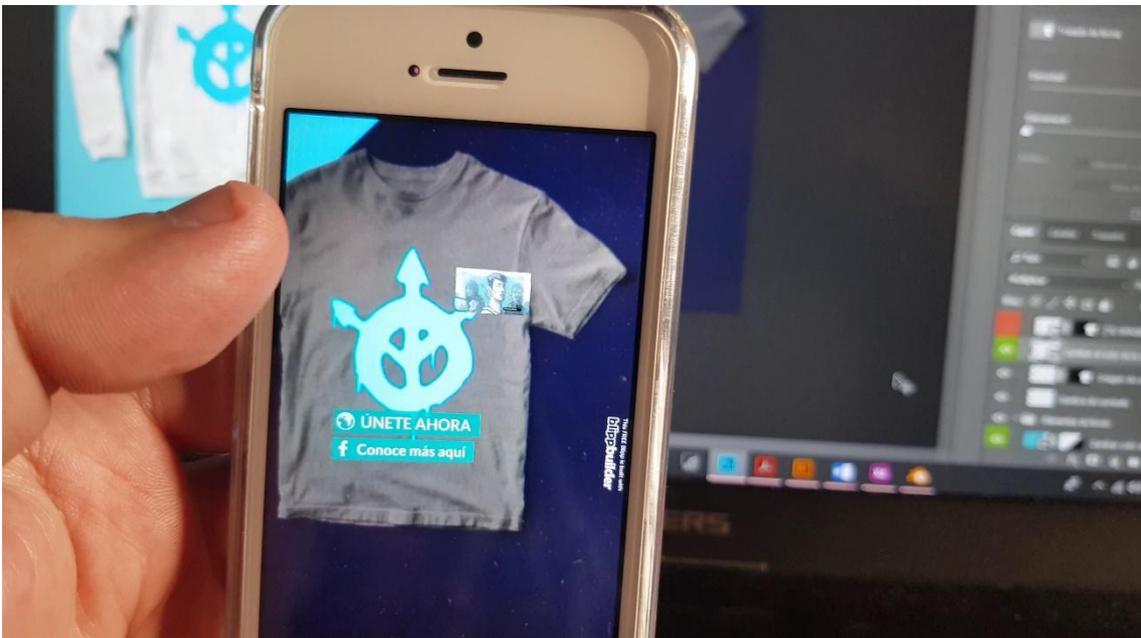


Ilustración 42 Demostración del funcionamiento de la realidad aumentada en las camisetas y sudaderas de Operación Guayaquil

Fuente: Elaboración propia



Ilustración 43 Camiseta para mujer con el logo de Operación Guayaquil

Fuente: Elaboración propia

Narrativa del universo Operación Guayaquil

Operación Guayaquil trae una narrativa orientada al multiverso, en esta ocasión los personajes iniciales de la plataforma los que solemos ver en los anuncios y afiches publicitarios en realidad son avatares de los personajes que crearon y dan apoyo a la plataforma que vamos a conocer más adelante, la historia que se narra a continuación es un complemento que ajusta a Operación Guayaquil al tiempo presente y otorga al lector del grupo objetivo un sentido de pertenencia, con respecto al video que está expuesto en los anuncios, redes y en la plataforma, este narra la historia de los Laudos y los Trematodos, quienes fueron inventados por Alina, uno de los 4 personajes ficticios pivotes de este proyecto, con el fin de darle bandos y ubicar a los usuarios en un punto de conflicto en la historia de la plataforma, para unir esto con la narrativa se han realizado diversos tipos de carteles y publicaciones basadas en los sucesos del Centro de Operaciones de los Laudos, así también se han creado publicaciones para Facebook donde se dan consejos y también se cuenta un poco sobre la vida de los personajes, esto es fundamental en la estrategia transmedia para conectar a los usuarios con la historia

principal de la plataforma, también se creó una misión nueva para dar apoyo a la narrativa por medio de la creación de nuevas historias o sucesos.

La breve historia del Centro de Operaciones de los Laudos

Guayaquil es una ciudad con tres millones de habitantes que no saben dónde están, que están siendo consumidos por su conformismo, aun así, de esos tres millones ha surgido un grupo de gente capaz de poder cambiar todo lo que ocurre en su vida porque ellos creen en su poder transformativo para cambiar las cosas. Este grupo se autodenomina PeM (Personas por el Mañana) el grupo está conformado por un número específico de personas, estas personas son expertas en tecnología, artes, en desarrollar junto a otras nuevas formas de planificar y crear emprendimientos y así formar una sociedad Guayaquileña para el mañana, que esté en la mira del mundo.

Operación Guayaquil es una plataforma desarrolla por PeM (Alina desarrolló el código de la misma junto a Pamela), donde la líder de dicho proyecto se llama Alina, quien junto a Germán, Pamela y Esteban ayudan, a través de ejemplos y misiones ficticias dictados en la plataforma, a otros jóvenes a encontrar su verdadero talento y potenciarlo a través de misiones que la plataforma brinda a sus usuarios. La historia principal de la plataforma la creó German junto a Alina y con cierta participación de Pamela y Esteban, ellos han desarrollado los gráficos y la plataforma en sí para los demás. Como principal misión, ellos han dejado la historia a medio terminar y esto ha sido a propósito, con el fin de que otros la puedan terminar a su manera en la misión comics para la resistencia y compartirlo con otros, adicional a esto ellos han diseñado camisas y blusas con el logo de operación Guayaquil con el propósito de poder identificar a los agentes participantes, éstas deben ser entregadas a los agentes que hayan terminado las 5 primeras misiones de la plataforma.

Los nuevos personajes de la resistencia

Se diseñaron 4 personajes con rasgos y características similares a los jóvenes previamente entrevistados, se obtuvo mucha información para su creación gracias a la retroalimentación que nos brindó el mapa de empatía, sin embargo, también se les agregó características especiales para dar un ejemplo a seguir a nuestro grupo objetivo primario.

- Alina, la geek

Personaje que domina las herramientas digitales y ayuda a otros a enfocarse en lo que desean hacer con la tecnología.

- Germán, la llave a libertad

Personaje clave para enfocar y pulir tus ideas.

- Pamela, la planificadora

Personaje que te enseña a ejecutar tus planes por etapas.

- Esteban, el explorador de ideas

Personaje que muestra diversos ejemplos de cómo poder hibridar ideas y localizarlas.

Alina es una joven de 16 años que vive en la Garzota en la ciudad de Guayaquil, desde pequeña le han gustado los LEGOS, las ciencias naturales y la computación, ama con fervor la computadora y siempre está investigando nuevos productos digitales.

Actualmente, es la desarrolladora principal de la plataforma Operación Guayaquil, su motivación es poder unirse a otros para formar grandes ideas emprendedoras que ayuden a otros a mejorar sus vidas.

Los padres de Alina son personas sencillas que buscan siempre apoyar a su hija en sus proyectos, a su vez la guían para que no caiga en las garras de una vida monótona, por lo que la incentivan a un mundo de búsqueda sin fin.



Ilustración 44 Zoe con su atuendo Cyber Pop del juego League of Legends

Representación de Alina

Fuente: Riot Games Inc. (2017). Zoe. [Figura]. Recuperado de https://universe.leagueoflegends.com/es_MX/champion/zoe/

Alina se une a la fuerza intelectual de Operación Guayaquil para ayudar a jóvenes de barrios vulnerables de la ciudad a mejorar sus vidas utilizando de forma eficiente y creativa la tecnología que se encuentre a su alcance.

German es un joven de 21 años, le gustan las películas de super héroes, es fanático de los animes y los mangas, prefiere mil veces ver un episodio de su serie favorita en japonés antes que, en su idioma natal, se sabe las canciones de sus animes, aunque no sepa de qué tratan, también ama las artes digitales, digamos que aprendió a manejar las herramientas que se encontraban a su disposición. Un día Alina lo vio dibujar en su celular en el Parque Centenario, algo que le sorprendió muchísimo ya que

no esperaba encontrar a alguien con tal habilidad, tanto así que Alina le ofreció a German ayudar a trabajar los gráficos para su portal de emprendimiento para jóvenes de recursos complicados.

A Germán le gusta compartir su trabajo con otros y siempre está abierto a la crítica constructiva para mejorar sus artes.

Los padres de German son personas humildes que le han enseñado a su hijo a valorar y potenciar las cosas que se va ganando en la vida, German nació y creció en El Batallón del Suburbio.



Ilustración 45 Imaginario de cómo sería German

Representación de German

Fuente: Shutterstock. Young man with the mobile phone. [Ilustración]. Recuperado de <https://www.shutterstock.com/es/g/aleksei%20makarov>

Pamela, 24 años, la mayor del equipo de jóvenes que conforman Operación Guayaquil, nació y creció en Los Esteros, desde que era muy niña siempre le ha gustado jugar ajedrez, armar rompecabezas complicados y hacer planes para hacer de todo, desde hacer un castillo de arena en la playa hasta sus propias reuniones de cumpleaños, es muy buena haciendo los preparativos para todo tipo de evento, los padres de Pamela siempre han confiado en ella y sus planes porque tiene muy buena espalda para la ejecución, un día Pamela se estaba preguntando qué podía hacer para ayudar a las personas a ser más organizadas, así que se puso a buscar una buena causa y encontró el portal de Alina, donde se dio cuenta de inmediato que le encantaba la causa y se puso en contacto enseguida.

Puede que Pamela se vea un poco fría en su actitud, pero ella es un amor de persona, siempre está apoyando a los demás.



Ilustración 46 Imaginario de cómo sería Pamela

Representación de Pamela

Fuente: Pinterest. [Ilustración]. Recuperado de <https://www.pinterest.cl/pin/186266134567862363/>

Esteban, un chico muy curioso, de corazón agitado y siempre ávido de nuevas experiencias, le gusta comer las delicias que la comida callejera le puede brindar, es un excelente amigo para compartir salidas y defender causas nobles, su preocupación es

social, saben qué tan vulnerables están las personas y siempre intenta por medio de un chiste agrio cambiarle la vida ese día a alguien. Lo que hace a Esteban un miembro de Operación Guayaquil es su forma de mezclar ideas para hacer nuevas ideas, esto gracias a que su madre, una cocinera experimental le enseñó a hacerlo, Esteban tiene 19 años y ama inventar lo que sea, no tiene preámbulos a la hora de intentar una nueva combinación por más rara que parezca, su barrio de residencia es la Marta Roldós.



Ilustración 47 Imaginario de cómo sería Esteban

Representación de Esteban

Fuente: Pinterest. [Ilustración]. Recuperado de
<https://www.pinterest.com/pin/571886852672518291/>

Metodología para evaluación o testeo del prototipo

Se aplicó una metodología de enfoque cualitativo para poder conocer la percepción profesional del trabajo que se ha realizado.

Objetivos de evaluación

- Evaluar la interfaz gráfica
- Evaluar nuevas misiones
- Evaluar la estrategia de comunicación
- Evaluar usabilidad de la plataforma

Evaluación de la interfaz gráfica

Unidad de análisis: Experto en diseño gráfico web

Técnica: Entrevista

Objeto de estudio: Interfaz gráfica

Se realizó la entrevista al experto en diseño web Patricio Saenz donde indicó que muchas partes del diseño de las secciones del prototipo le parecieron acertadas para el grupo objetivo al que se está dirigiendo la plataforma web, también realizó una valoración del diseño de los fondos y determinó que en la mayor parte de las secciones de la plataforma marean mucho al usuario y hacen que el contenido se pierda, que deberían ser más sobrias, también que hay secciones que necesitan un panel de botones de navegación amigables ya que se encontró con dificultades para retornar al menú principal, la sección de logros le pareció una de las mejores secciones por su distribución visual y elementos aunque también argumentó que la imagen de fondo de esta sección debería ser trabajada para que los elementos en pantalla no se pierdan.

David Jimenez, diseñador gráfico experto en cartelismo e ilustración también nos entrego su valoración sobre el aspecto gráfico de la plataforma elogiando la forma en la que esta construida para el grupo objetivo a la que esta se dirige y aportando con su opinión sobre ciertas imágenes de fondo en las secciones de misiones y perfil de usuario, también agrego que en la sección de recompensas las imágenes que representan los premios a obtener deben ser caladas ya que el fondo blanco que las acompaña hacen interferencia con la armonía de tonos de la misma sección.

En conclusión, ambos expertos en diseño entienden el objetivo de la plataforma y sus actividades y ambos coinciden con particularidades como es el caso de las tipografías y las imágenes de fondo no son los apropiados para la visualización correcta del contenido en diversos tipos de pantallas de ordenador y usuarios, y recomiendan que estos elementos deben ser mejorados previo al lanzamiento definitivo de la plataforma web.

Evaluación de las nuevas misiones

Unidad de análisis: Encargado de desarrollo del prototipo inicial de Operación

Guayaquil

Técnica: Entrevista

Objeto de estudio: Claridad de las misiones

Se realiza una entrevista a Erika Taranto, quien es la directora del proyecto Operación Guayaquil y la encarga del desarrollo pedagógico de las misiones de la plataforma, para esta entrevista se le hace previa muestra de los textos que articulan las misiones creadas, Erika nos empieza indicando que la nueva misión del nivel Explorador de la plataforma llamada “Comics para la Resistencia” es acertada y sugiere adicionalmente que se incluyan preguntas desafiantes y específicas con el fin de que estos puedan desarrollarlas y así puedan exponer los resultados y para interesar a los

jóvenes que son parte del grupo objetivo a crear con herramientas que tienen a la mano a relatar historias y poder representarlas de diversas maneras gráficas, también indica que los videos que ayudan a inspirarse y cuestionarse son correctos y cumplen con el fin de la plataforma que consiste en hacerlos pensar de forma critica y que empiecen a solucionar de manera creativa, Erika hace varias recomendaciones sobre como esta misión se vincula perfectamente la parte de comunicación transmedia y con elementos de la realidad aumentada y sugiere que se de un premio mayor a los mejores trabajos entregados para que estos aparezcan en las carteleras digitales de los paraderos de la metrovía, terminales y espacios municipales con pantallas y elogia la conectividad que esta misión representa para la plataforma ya que permite al usuario hacerla de forma colaborativa. Con respecto a la otra misión que pertenece al nivel de Táctico llamada Agentes de la investigación indica que en la misión no existe una pregunta desafiante que interese al usuario a realizarla y sugiere que sean de corte intelectual para que los usuarios puedan obtener mejores resultados al momento de realizarla.

Evaluación de la estrategia de comunicación

Unidad de análisis: Comunicador

Técnica: Entrevista

Objeto de estudio: Estrategia de comunicación y narrativa

Se realiza una entrevista a la Magister Anyelina Veloz Directora de Comunicación Interna y Relaciones Públicas de la Universidad Casa Grande acerca de la estrategia en comunicación para llamar a nuevos usuarios a utilizar la plataforma en el momento que ésta sea lanzada de forma abierta al público en general, para esto se conversa previamente sobre los canales digitales y no digitales que se han tomado en consideración y se realiza una muestra de piezas gráficas tanto para redes sociales como afiches impresos con realidad aumentada y QR para que nos de su valoración, nos

empieza indicando que los afiches a ser impresos están correctos y que son llamativos, que con tranquilidad llaman la atención de jóvenes aficionados a la cultura popular y videojuegos, también indica que la estrategia aplicada a redes esta adecuada para llamar la atención de los usuarios, menciona que los *tips* y recomendaciones son una excelente propuesta para interesar a los usuarios a ingresar a la plataforma, menciona que se puede mejorar el aspecto de reconocimiento como parte de la estrategia mostrando en las redes sociales de La Resistencia los trabajos que han realizado los usuarios, como recomendaciones adicionales nos habla sobre los *micro influencers* y los medios tradicionales para crear mayor viralidad y así más personas ajenas al grupo objeto primario se interesen por conocer esta iniciativa

Evaluación de usabilidad

Unidad de análisis: Experto Web

Técnica: Observación participativa

Objeto de estudio: Usabilidad del prototipo

Se realizo la observación de Bernardo Enriques experto en multimedia y web docente tiempo completo de la Universidad Casa Grande a las 12h57 del día 4 de octubre en su oficina en el edificio central del campus universitario, utilizo su ordenador Apple con sistema operativo MacOS High Sierra versión 10.13.6 en el navegador que viene por defecto en estos sistemas llamado Safari versión 12.1 el equipo cuenta con una pantalla de 25 pulgadas Cinema Display, el ambiente estaba fresco por el aire acondicionado de la oficina, el usuario se encontraba cómodo en su silla de trabajo, se le solicito que ingrese al link <http://ucg.ec/ogproto2> donde podría realizar la navegación de prototipado y se inició la grabación para el testeo de usabilidad con la cámara incorporada del smartphone Samsung Galaxy S8 con la siguiente configuración video en 4k o también llamado UltraHD que corresponde a la resolución 3840x2160 en

visualización progresiva, con una velocidad de fotogramas de 30 cuadros por segundo y con la iluminación ambiental del lugar, el video se puede acceder mediante el siguiente link: https://youtu.be/Cvohvr_u_RY , el usuario en efecto entendió sin problema alguno el sistema de navegación del prototipado de la plataforma tuvo sus comentarios en torno al lenguaje utilizado en ciertas áreas de la misma, también hace una observación en tutorial del panel de control donde solicita que se ponga un botón de saltar., no presento ningún inconveniente para acceder a las secciones de logros, ranking y recompensas, Bernardo indica que entorno a la sección de autoevaluación al final de la misión sugiere que se cambie dicha por espacios más dinámicos para eliminar el formato de formulario, en general pudo utilizar el prototipo de la plataforma.

Conclusiones y recomendaciones

En conclusión, el proyecto Operación Guayaquil tiene potencial para alcanzar su objetivo de ser una plataforma entretenida para el aprendizaje y empoderamiento del usuario para que este pueda demostrar que es capaz de realizar por sí mismo, o en compañía de otros, cambios para su bien personal o colectivo. La estrategia de comunicación requiere de breves ajustes en su ejecución los cuales consisten en una medición paso a paso de lo que hace el usuario antes, durante y después del uso de la plataforma Operación Guayaquil. Con respecto a la nueva gráfica de la plataforma se deben realizar previos ajustes antes de ponerla en marcha al público para que esta cumpla con ciertos estándares web y de navegabilidad. El diseño de toda la plataforma le permite ser transmedia y su alcance le ayuda a llegar a más usuarios, Guayaquil tiene una herramienta para el futuro de sus ciudadanos que bien puede ser potenciada por la M.I. Municipalidad de Guayaquil al brindarle el apoyo absoluto a su desarrollo y crecimiento.

Por parte de la estrategia de comunicación se deja elaborada una planificación para implementar en cuanto la plataforma esté disponible al público, dicha contiene los elementos que construyen una narrativa transmedia a lo largo de la existencia de la plataforma.

Como recomendaciones, antes de pasar a tener una app móvil de esta plataforma sugiero se le hagan los acabados correspondientes y todos los mecanismos de transacciones para que el sistema de puntaje coincida con las posibles recompensas, también que el código de la plataforma tenga un API para poder intercambiar datos transaccionales con otras instituciones municipales como es el caso de los pases o cupo para la tarjeta de metrovía o más minutos de navegación, una estrategia de comunicación en medios analógicos y con figuras de la televisión o YouTube local.

Referencias Bibliográficas

- Scolari, C. (2009). "Transmedia Storytelling: Implicit consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production". En: International Journal of Communication, 3, pp. 586- 606. En línea:
<http://ijoc.org/ojs/index.php/ijoc/article/viewFile/477/336>.
- Scolari, C. (2013). "Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan". Barcelona: Deusto Ediciones, 2013.
- McGonigal, J. (2011). "Reality is Broken, Why Games Make Us Better and How They Can Change the World". New York: Penguin Pr.
- Rosenberg, M. J. (2001). "E-learning strategies for delivering knowledge in the digital age". McGraw-Hill.

- Jenkins, M., Browne, T. y Walker, R. (2005). "VLE Surveys. A longitudinal perspective between March 2001, March 2003 and March, 2005 for higher education in the United Kingdom".
- Herranz, E. (2013). Gamification, I Feria Informática (febrero 2013), Universidad Carlos III Madrid España.
- Fernández-Papillón Cesteros, A. (2011). "Las plataformas e-learning para la enseñanza y el aprendizaje universitario en Internet". Consultado en http://eprints.ucm.es/10682/1/capituloE_learning.pdf
- Frasca, G. (2001). "Videogames of the Oppressed: Videogames as a Means for Critical Thinking and Debate". Georgia: Institute of Technology.
- Sánchez, A. (2008). "¿Es efectiva la formación on-line?". Consultado en http://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2012/cs-morales_c/pdfAmont/cs-morales_c.pdf
- Felicia, P. (2009). "Videojuegos en el aula. Manual para docentes". Bélgica, European school net, 46 p.
- Huizinga, J. (1938). "Homo Ludens. El juego y la cultura". Madrid: Alianza, 2000.
- Hernández, L., Muñoz, M., Mejía, J., & Peña, A. (2016). Gamificación en equipos de trabajo en la ingeniería de software: Una revisión sistemática de la literatura Gamification in software engineering teamworks: A systematic literature review. International Conference on Software Process Improvement (CIMPS).
- Delhi Public School Raipur. (2013). Consultado en <http://www.fod.ac.cr/competencias21/index.php/areas-de-recursos/videos/14-competencias/fichas/14-vida-y-carrera#.Wz1GTNJKiUm>
- Werbach, K., & Hunter, D. (2012). "For the Win: How Game Thinking Can Revolutionize Your Business". Wharton Digital Press.

- Cortizo, J., Carrero F, Pérez J. (2011). “Gamificación y Docencia: Lo que la Universidad tiene que aprender de los Videojuegos”. En VIII Jornadas Internacionales de Innovación Universitaria 2011, Universidad Europea de Madrid.

Anexos

Entrevista a diseñadores

Indicarle al entrevistado que el tema desarrollado es solo uno en Operación Guayaquil 20 minutos, procurar que revise la mayoría de las secciones de la plataforma, los diferentes formatos.

Que responda:

1. ¿Qué crees que es esto? ¿Es un sitio web, juego web o portal de aprendizaje interactivo?

Que nos dé una descripción suya del sitio web.

2. ¿Cuál crees que es el propósito de la página?
3. ¿Qué es lo mejor de la página?
4. ¿Y lo peor?
5. ¿Qué es lo que se podría mejorar?
6. ¿Qué le aumentaría a la página?

7. ¿Qué le quitaría?

Comentarios sobre el diseño

Comentarios sobre el contenido

Comentarios sobre los formatos:

- Videos
- Fotos
- Perfiles
- Secciones
- Misiones
- Universo

Patricio Saenz Licenciado en Diseño Gráfico y Comunicación Visual Universidad Casa Grande 2015

Pregunta 1

Es una interfaz digital tipo Facebook con medallas y premios, veo esta interfaz esta dirigida a un publico joven amante de los comics, sin embargo, estoy viendo también que tiene algo de empoderamiento y aprendizaje.

Pregunta 2

Tener un certificado de la Universidad Casa Grande, algunos premios de la sección de premios están bien geniales.

Pregunta 3

Las recompensas, los logros, el ranking son secciones que me agrandan mucho en la navegación de la plataforma.

Pregunta 4

Los fondos marean mucho y tienen tipografías que no se apegan al uso web, le faltan botones de funciones como adelante y atrás, el tutorial debería estar a un lado del perfil,

ya que cuando ingrese a la sección del Universo no pude volver a menos que haga click en el botón de agentes.

Pregunta 5

La sección de logros tuvo un movimiento acertado en diseño, aunque se debería poder corregir los fondos ya que hacen mucho daño visual a la navegabilidad, debería poder cambiarse la tipografía para la explicación de misiones.

Pregunta 6

Más eventos relacionados con la M.I. Municipalidad de Guayaquil, lugares de visita donde se pueden contactos y desarrollar misiones, le cambiaría los fondos, en definitiva.

Pregunta 7

Las tipografías actuales para las misiones deben ser remplazadas, en general el concepto y la idea gráfica de todo esta bien, yo ajustaría los fondos o los quitaría para que de un entorno más limpio en el paso del juego.

David Jimenez Licenciado en Gestión Gráfica Publicitaria Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

Pregunta 1

Por lo que puedo apreciar esto es una especie de juego con formato de sitio de aprendizaje

Pregunta 2

Por lo que puedo valorar es un mutante entre un Mooc y un juego de actividades en realidad aumentada.

Pregunta 3

Los iconos de los niveles a completar, el tutorial, las estadísticas en logros, el diseño esta perfecto para el grupo objetivo y la asimilación y lo amigable.

Pregunta 4

Los fondos y los espaciados en el menú de chat de usuarios, la sección de contactos debes mejorarla en lo que respecta usabilidad y espacialidad.

Pregunta 5

La tipografía, los espaciados en la barra de chat, y la barra de actividades son detalles que mejoraría, en la sección de Recompensas, las fotos caladas, en la sección de Logros me mareo, debes quitar el fondo, en Perfil de usuario nuevamente debes quitar el fondo ya que me confunde con las redes sociales, en la sección de Universo, en las Misiones deberías cambiar los fondos de forma temática para que se sientan más personalizadas.

Pregunta 6

Yo creo en todo lo demás esta perfecta, ya te lo había comentado antes, esto tiene un grupo objetivo definido y el diseño mayormente cumple con eso.

Pregunta 7

Más que quitar diría que mejorar, tienes aún partes del diseño que se pueden corregir para mejorar la lectura, en las misiones y los colores de ciertas áreas.

Guía de preguntas para evaluar la estrategia de comunicación en Operación Guayaquil

1. ¿Cuál crees que es el propósito de la estrategia en redes sociales?
2. ¿Cuál crees que es el propósito de la estrategia OFFLINE?
3. ¿Cuál es su valoración sobre las piezas gráficas?
4. ¿Qué es lo mejor de las estrategias de comunicación?
5. ¿Y lo peor?
6. ¿Qué es lo que se podría mejorar?
7. ¿Qué le aumentaría a las estrategias?

Pregunta 1

Llamar la atención de usuarios de Facebook que también tienen un perfil que en donde sienten atracción por gráficas tipo videojuego y que ellos a su vez compartan este tipo de información y que a través de ellos aparezcan en el timeline de otros usuarios de la misma plataforma y también creo que el mensaje llegue sin ser de una manera forzada.

Pregunta 2

Complementar la estrategia de redes sociales ya que los usuarios que están en la calle y ven estas gráficas sienten que el proyecto no solo se queda en el mundo virtual si no que se extiende al mundo real, despertar el interés de otros usuarios que no han visto el proyecto online para que lo busquen en el mundo virtual.

Pregunta 3

A pesar de que no se cual es grupo objetivo si no que los estoy deduciendo creo que las piezas gráficas son adecuadas porque tienen una línea muy similar a la que se utiliza en videojuegos y en películas animadas entonces creo que despiertan la atención del perfil del usuario, como los chicos de colegio.

Pregunta 4

Creo que lo mejor es la combinación del mundo offline y online, sin embargo, falta un poco tomar en cuenta otras plataformas a través de pauta.

Pregunta 5

Bueno no veo algo como, pero, sin embargo, veo como una falencia para el Facebook sin dejar una respuesta de qué es lo que se ha alcanzado, fotos de gente real o cosas por el estilo.

Pregunta 6

Yo creo que lo que se puede mejorar es justamente este aspecto de incluir reconocimiento porque a la gente le gusta verse ahora, no se si el perfil que se a escogido es ese mismo el perfil de gente que le guste que otros lo vean, yo creo que si

es así, sin embargo me parece que es super chévere que den recompensas todos los días porque de esa manera mantienes la interacción con la gente, que les den tips, que les den recomendaciones, etc., pero sí creo que se puede mejorar.

Pregunta 7

Hacer que la gente involucre a otra gente como parte de los desafíos creo que eso puede ayudar muchísimo porque de esa manera no solo estas llamando la atención a través de tus voceros a otras nuevas personas si no que generas más comunidad y haces que la gente sienta interés y se despierte de ese interés, el involucramiento con terceros que aunque no cumplan al 100% con el perfil del grupo objeto que nos estamos dirigiendo por lo menos levante o llame la atención para que más gente se entere de esto de esa manera se puede viralizar y llegar a más medios de comunicación y la comunidad se entere de que está pasando.

Guía para entender el desarrollo de las misiones de operación Guayaquil y si estas cumplen con el objetivo pedagógico

Que responda:

1. ¿Cuál crees que es el propósito de la misión?
2. ¿Qué es lo mejor de la misión?
3. ¿Y lo peor?
4. ¿Qué es lo que se podría mejorar?
5. ¿Qué le aumentaría a la misión?

Pregunta 1

Comics

Los usuarios utilizan la tecnología a su dislocación para hacer cómics

Encuestas

Para hacer encuestas en medio digitales

Pregunta 2

Los dos pedidos adicionales creados están muy interesantes

Comics

Ellos logran descubrir la parte de la creación, el lado artístico imaginativo de lo que es un cómic y, por otra parte, las destrezas de diseño y manejo de herramientas tecnológicas.

El video de Stan Lee esta perfecto para inspirar a desarrollar

Encuestas

Le parece genial que ellos puedan aprender a usar estas herramientas

Pregunta 3

Comics

Descubrir

La misión no consigue ser desafiante y no los enfrenta de por si a una temática nueva, no los hace pensar acerca de los recursos.

Conectar

El pedido debería ser más específico

Encuestas

No existe una pregunta desafiante y clara en los comics yo preguntaría ¿qué problemas enfrentan los super héroes que sean parecidos a tus dificultades y problemas diarios?

Porque eso es lo que dice Stan Lee y eso me pareció muy genial o ¿Cómo haces creíbles los super poderes de un héroe?

Debe haber un par de preguntas que sean interesantes

Pregunta 4

Comics

Los pedidos deben ser más interesantes y claros

Pregunta 5

Comics

Preguntas muy desafiantes, que te obliguen a ver los videos, que los haga pensar y los pedidos deben ser más específicos, incluso debería haber especificaciones de lo que pueden presentar, por si un profesor desea utilizar en una clase.

Encuesta

Conectar

Hacer esa encuesta sobre el club Barcelona y Emelec porque es como diseñar y compartir el formulario podría ser

Crear

Una encuesta de 5 preguntas sobre cuanto ellos saben de futbol, literatura, música.

Debe ser un pedido de sobre cuanto ellos saben.

Preguntas de la entrevista para metodología de prototipado:

Datos Demográficos

- ¿Cuál es tu edad?
- ¿Cuál es tu género?

Datos Geográficos

- ¿En qué sector de Guayaquil vives?
- ¿En qué colegio/universidad estudias (estudiaste)?
- ¿Estás trabajando/En qué trabajas/Por qué no trabajas?

Datos Psicográficos

- ¿Qué te parece el juego?
- ¿Qué te parecen las misiones?
- ¿Qué propondrías?
- ¿Qué te parecen las recompensas?
- ¿Tú ves que este juego está bueno para jugar con otros?
- ¿Te divierte?
- ¿Conoces alguna plataforma de aprendizaje virtual?
- ¿Consideras útil esta plataforma? ¿La recomendarías a tus conocidos?

Respuestas de encuestas:

Mari 17 años sector: Lomas de Prosperina

Pregunta 1

- ¿Qué te parece el juego?

Interesante, es como un comic, me gusta el tema de las misiones, es super interactivo, no es como que te dan solo información, sino que también me dejan hacer, lo veo super chévere y me hace sentir como parte de la historia.

Pregunta 2

- ¿Qué te parecen las misiones?

Me parecen claras y desafiantes, me da varias herramientas para poder cumplirlas, son novedosas, si me gustarían hacer, tienen un lenguaje acorde a la edad y son entretenidas, es super cumplible y útil

Pregunta 3

- ¿Qué propondrías?

Me gusta la exploración de la ciudad y que me haga hacer ejercicio o deportes, y aprender habilidades divertidas, como malabares, varias opciones como grabar videos de trucos en bicicleta.

Pregunta 4

- ¿Qué te parece te parecen las recompensas?

Los premios en las misiones que tienen que ver con arte me atrae un kit para artistas entre otros.

Que las recompensas sean lógicas acordes al tipo de misión para que me ayuden hacer las posteriores.

Pregunta 5

- ¿Tú ves que este juego está bueno para jugar con otros?

Si, está muy chévere, las misiones me conectan con otros usuarios, y eventos junto a otros usuarios de la plataforma.

Pregunta 6

- ¿Te divierte?

Si, me entretiene mucho, me motiva bastante a aprender cosas nuevas, explorar y ser consiente de cosas que pasaba por desapercibido.

Pregunta 7

- ¿Conoces alguna plataforma de aprendizaje virtual?

No, pero creo que en otros países están implementando esta nueva forma de enseñanza.

Pregunta 8

- ¿Consideras útil esta plataforma? ¿La recomendarías a tus conocidos?

Sí, es muy útil porque puedo aprender mientras juego. Les diría a mis amigos para poder interactuar con ellos y conseguir más fácilmente las recompensas propuestas.

Jonny 16 años: Bastión Popular

- 1 - Esta bacán, me gusta la página web, y se ve como juego bien a lo pro, al principio no más que tengo que leer un poco pero ya después te empiezas a tripear con las misiones.
- 2 - Me gustan esas misiones donde debo hacer fotos sin luz y el efecto que se logra es loquísimo.
- 3 - Chuta, me gustaría una de esas misiones, pero con comics, tengo muchas ideas para hacer historias de super héroes.
- 4 - Según lo que me cuentas acerca de las recompensas me parecen buenas, yo si le hago.
- 5 - Con mis panas me junto para hacer cualquier nota, si es de hacer misiones de ley se unen,
- 6 - Esta divertido, el hacer cosas que no suelo hacer usualmente me llena de mucha buena onda.
- 7 - No, de pronto los juegos que uno encuentra en el face pero nada más.
- 8 - Me gusta mucho esta modalidad de jugar y aprender jugando, yo de ley la recomendó si esta bacán y los premios están bien.

Julisa 16 sector: Isla Trinitaria

- 1 - Si, esta bonito, me gustan las fotos de la pagina web, la letra es grande, en serio está bien bonito.
- 2 - Me parecen divertidas, me da curiosidad descubrir que puedo hacer nuevas cosas, sobre todo aquí en mi barrio.
- 3 - A mi me gusta mucho dibujar personajes de anime, y diseñar vestuarios para disfraz, yo haría una misión sobre eso.
- 4 - Yo creo que están bien, si dan también cupones para comer en KFC sería cheverisimo.

5 – Me gusta compartir con mis amigos, y este juego se puede jugar entre varios así que si esta bueno para jugar con otros.

6 – Ya no le digo que esta divertido.

7 – No amigo, el youtube

8 – Esta super para aprender, de una le digo a mis amigos que se unan a competir.

Estiven 17 años sector: Portete

1 – Esta bien elaborado, me agrada esa historia de los zombies mentales guayaquileños, esta tripeadota

2 – Me siento como si fuera un espía del gobierno en entrenamiento, están bacansotas, esa misión de la foto en la noche, yo no sabía que se podía hacer esa nota con el celular no más.

3 – Una misión así de útil para nosotros los jóvenes, una que evidencie que las drogas no hacen bien amigo, así no perdemos amigos con esas notas.

4 – Cha mi pana, si me dan megas extras para seguir jugando y aprendiendo con videos de youtube todo bien belleza.

5 – Este juego esta buenaso amigo, si así no más con iniciarlo ya me están mandando hacer movidas chéveres, yo no me imagino lo que se viene, de una invito a mis llavesitas a jugar.

6 – Full diversión mi pana, aprendo y me divierto.

7 – No mi pana, nunca he escuchado una ni e han presentado ni en el cole.

8 – Chuta mi pana a mí me gusta el como esta, ojalá sigan dándole soporte, esta buena, te enseña de alguna forma a salir de la monotonía de es esta ciudad.

Observación realizada a estudiantes de la universidad casa grande utilizando la plataforma Operación Guayaquil

Este evento ocurrió a las 10h00 en el salón de clases rectorado 2, los estudiantes fueron ingresando de forma esporádica al salón de clases donde se están las laptops listas para la realización de pruebas, el servidor del prototipo de la plataforma se había activado un día antes en efecto de estabilidad y funcionamiento de ésta. Los estudiantes ya sentados empiezan a preguntar por la consigna, para esta prueba se utilizaron 18 laptops todas estas con el sistema operativo Windows 10 Pro y los navegadores Google Chrome y Mozilla Firefox, la plataforma Operación Guayaquil estaba precargada en todas las maquinas mencionadas en distintos navegadores debido a que en algunas de estas presentaba errores de carga del CSS, ya una vez todos sentados se les indica que deben utilizar la plataforma sin ninguna guía de uso, en un principio algunos tuvieron dificultades para crear sus cuentas de usuario por temas técnicos del servidor, puede ser que el motor donde se ejecuta la aplicación de la plataforma no pueda servir de forma adecuada a 18 usuarios en simultaneo, lo otro es el ancho de banda dedicado del servidor y sus limitaciones con respecto al flujo de los datos en demanda. Los estudiantes sin más complicaciones empezaron a utilizar la plataforma de forma normal, algunos no entendían bien la historia del juego y otros no entendían los grados de las misiones como iniciado, explorador, etc. A falta de un tutorial que explique la finalidad de estos escalones o niveles y sus alcances.

Llegando a finalización de la prueba de la plataforma los estudiantes empezaron a realizar sugerencias y valoraciones:

LO QUE MÁS ME GUSTO DE OPERACIÓN GUAYAQUIL

- DISEÑO
- 1. La mezcla de actividades ONLINE y OFFLINE
- 2. Te hace pensar (REFLEXIONAR)
- 3. Les gusta la colaboración

4. La iniciativa

- TEMÁTICA

1. Divertido para alumnos de colegios

2. Recompensas

LO QUE MENOS ME GUSTO DE OPERACIÓN GUAYAQUIL

1. Demasiado lento

2. Muchos pasos

3. Hay que motivar a los usuarios para que no dejen de jugar

4. Demasiado texto

5. No restringir el avance de misiones

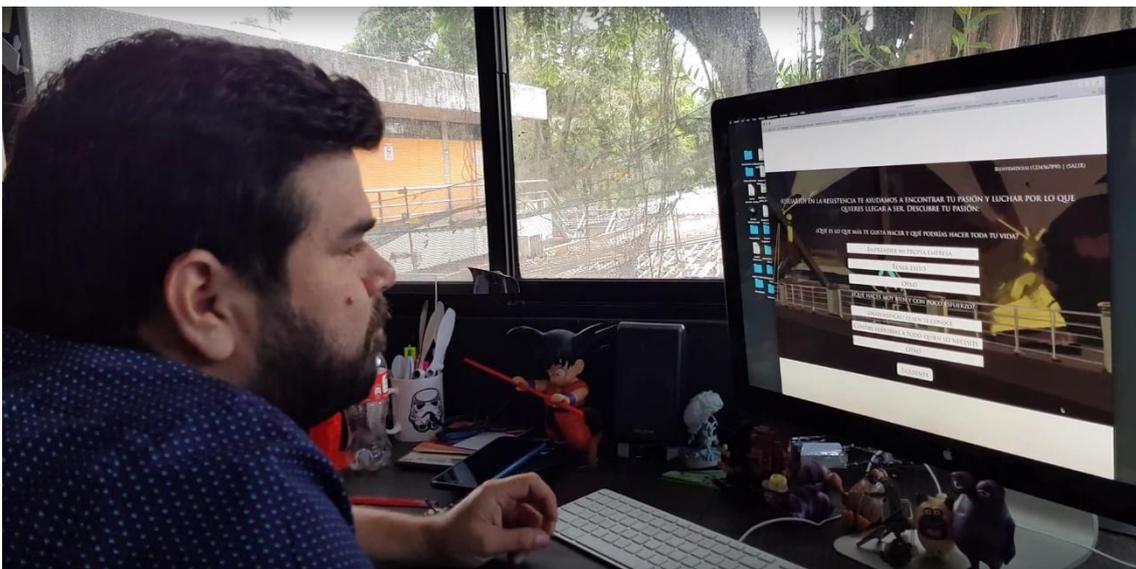
6. Usar videos más cortos

7. Uso de audífonos

8. Que se pueda editar las respuestas

9. Mostrar más categorías de supervillanos y herramientas en forma de lista

10. Agregar sistema de tagueo de usuarios en las misiones.



• No explica en que consiste el juego

↳ hay que motivar a los jugadores para que no dejen de jugar.

- Demasiado texto
- Muchos Pasos
- No restricción en el avance de elisión
- Usar videos más cortos
- Exploración de varios caminos de cpte.

LO QUE MENOS ME GUSTÓ

Uso de audífonos

Que se pueda editar

• Mostrar más categorías de supervillanos y herramientas en forma de lista.

* agregar sistema de tags de usuarion en misiones.

LO QUE MÁS ME GUSTÓ DE OPERACIÓN GUAYAQUIL

Diseño

LA MEZCLA DE ACTIVIDADES
ONLINE Y OFFLINE

* Te hace pensar (Reflexionar)

* fomenta la colaboración

* la iniciativa

Temática

• Divertido para alumnos de colegios.

• Recompensas

* Definir Recompensas vinculadas a los estudios