



VIGILADA MINEDUCACIÓN Res. 12220 de 2016

**DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN TRANSMEDIA PARA LA
VISIBILIZACIÓN DE EXPERIENCIAS MIGRATORIAS VENEZOLANAS DENOMINADA
VOCES EN TRÁNSITO.**

AUTORES

**Andrés Insuasti
Lina Marcela Lugo
Isabela Katime**

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES
MAESTRIA EN COMUNICACIÓN Y CREACIÓN INTERACTIVA
SANTIAGO DE CALI, JUNIO DE 2026**

**DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN TRANSMEDIA PARA LA
VISIBILIZACIÓN DE EXPERIENCIAS MIGRATORIAS VENEZOLANAS
DENOMINADA VOCES EN TRÁNSITO.**

AUTORES

Andrés Insuasti
Lina Marcela Lugo
Isabela Katime

DIRECTOR:

Diego Fernando Montoya

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES
MAESTRIA EN COMUNICACIÓN Y CREACIÓN INTERACTIVA
SANTIAGO DE CALI, JUNIO DE 2026

ARTICULO 23 de la Resolución No. 13 del 6 de Julio de 1946, del Reglamento de la Pontificia Universidad Javeriana.

“La Universidad no se hace responsable por los conceptos emitidos por sus alumnos en sus trabajos de Tesis. Solo velará porque no se publique nada contrario al dogma y la moral católica y porque las Tesis no contengan ataques o polémicas puramente personales; antes bien, se vea en ellas el anhelo de buscar la Verdad y la Justicia”.

Diseño de una estrategia de comunicación
transmedia para la visibilización de experiencias
migratorias venezolanas denominada

VOCES

EN TRÁNSITO



VOCES

EN TRÁNSITO

Diseño de una estrategia de comunicación transmedia para la visibilización de experiencias migratorias venezolanas denominada **Voces en tránsito**.

Andrés Insuasti

Lina Marcela Lugo

Isabela Katime

Autores

Trabajo de grado para optar por el título de
Magíster en Comunicación y creación
interactiva

Diego F. Montoya-Bermúdez

Profesor | Asesor de trabajo de grado

Universidad Pontificia Javeriana

Santiago de Cali, Colombia.

Junio, 2026



A Dios y nuestras familias, sin los que recorrer este camino,
habría sido imposible.

A los venezolanos y venezolanas que participaron en el
proyecto y son su columna vertebral. Gracias por compartir
sus historias, abrirnos su corazón y dejarnos escuchar sus
voces para hablar de la migración desde una óptica más
humana.

Al profe Diego F., que más que un asesor ha sido nuestro
mentor en el proceso. Gracias por sus palabras acertadas, su
dedicación y disposición.

A la vida y la maestría porque nos permitió coincidir para
convertirnos en más que compañeros, en amigos.

Andre, Lina e Isa

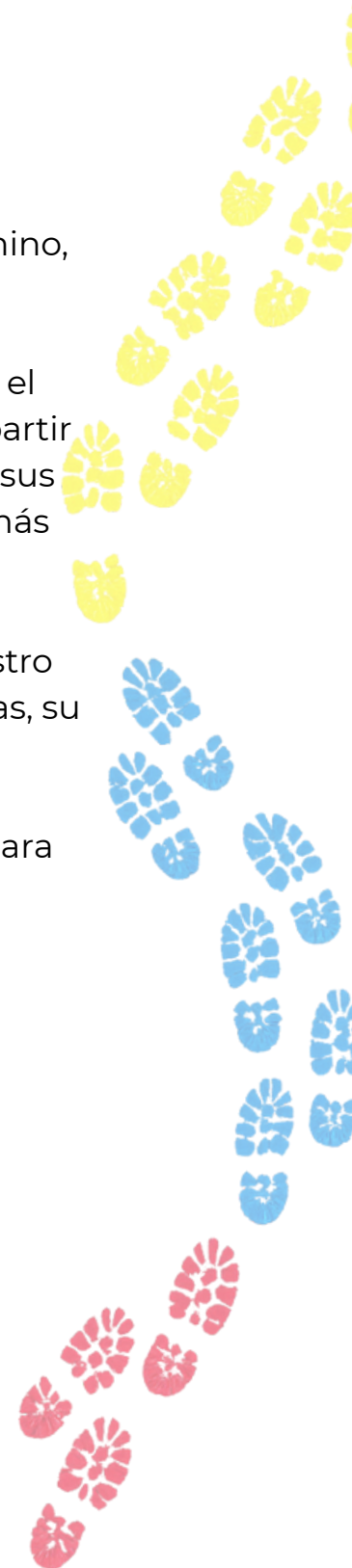


Tabla de contenido

Parte I

[Introducción](#)

[Investigación, justificación y contexto](#)

[Objetivos](#)

A. TRATAMIENTO

[Temática principal](#)

[Sinopsis](#)

[Descripción del ecosistema transmedia](#)

[Descripción de la estructura del proyecto](#)

[Definición de personajes](#)

B. ESPECIFICACIONES DE DISEÑO

[Tratamiento estético](#)

[Directrices de branding y diseño](#)

[Storyboard, Mockups, Wireframes](#)

C. ESPECIFICACIONES FUNCIONALES

[Arquetipos de usuario](#)

[Reglas de engagement](#)

[Plataformas y canales](#)

[Journey map](#)

[Sistema Intertextual Transmedia](#)

[Llamados a la acción](#)

[Línea de tiempo](#)

D. PLAN DE EJECUCIÓN

[Planificación práctica](#)

E. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

[Plan de difusión](#)

[Estrategia de enganche y fidelización](#)

[Modelo de monetización](#)

[Impacto esperado](#)

F. RECURSOS NECESARIOS

[Recursos humanos](#)

[Presupuesto](#)

[Cronograma](#)

Parte III

[Enlace prototipo funcional](#)

[Referencias bibliográficas](#)

[Anexos](#)





Introducción

Desde el 2015, la migración de ciudadanos venezolanos se ha consolidado como uno de los fenómenos humanitarios y sociales más significativos en la historia reciente del continente americano. Esta diáspora, alcanzó a finales de 2025 una cifra estimada de 7,8 millones de personas residiendo en América, siendo Colombia el principal país receptor, con cerca de 2,8 millones de migrantes (Migración Colombia, 2025), seguido de Perú, con 1,6 millones (R4V, 2025) y Estados Unidos con un millón de personas venezolanas asentadas en su territorio (Pew Research Center, 2026). Dicho desplazamiento ha reconfigurado las dinámicas económicas y sociales, generando desafíos urgentes relacionados con la integración, reconocimiento de la identidad y acceso a derechos fundamentales.

Barandica-Perilla (2020) resalta los actos de xenofobia y discriminación hacia los venezolanos relatados por la Revista Semana (2018), en el artículo “Con el aumento de la migración venezolana también ha crecido la xenofobia”, donde se exponen casos ocurridos en distintas ciudades de Colombia, en los que las agresiones contra migrantes venezolanos se manifestaron en hechos de violencia. La autora considera que la xenofobia contra los venezolanos no surge espontáneamente, sino que se alimenta de prejuicios, miedos y de la manera en que la sociedad y medios de comunicación han construido la imagen del migrante venezolano. Señala que, al asociarlos con la delincuencia, inseguridad o problemas económicos, se fortalece una percepción negativa que legitima actos de discriminación y violencia.

Asimismo, plantea que el rechazo no se produce únicamente porque sean extranjeros, sino por el rechazo hacia la pobreza, respondiendo a profundas dinámicas de exclusión social.

En Estados Unidos la realidad no es distinta. Aunque recibe una cantidad menor de migrantes venezolanos en comparación con Colombia, también se han registrado actos xenófobos en espacios públicos y en entornos digitales. La ola de críticas hacia la población venezolana se ha intensificado desde 2022, luego de que se anunciara un nuevo plan migratorio (Carrero-Saavedra, 2023). Ser testigo de este tipo de acciones, aún a través de la pantalla, invita a reflexionar como sociedad y evidencia la necesidad de utilizar los recursos comunicativos actuales para promover una perspectiva más humanitaria, con incidencia en las generaciones presentes y futuras.

En paralelo, McGorry & McGorry (2017) invitan a reconocer a quienes han crecido en un entorno digital como actores clave en la reproducción y transformación de imaginarios sociales, por lo que el diseño de una estrategia de comunicación que reconoce su papel e invita a conectar desde la experiencia y la emoción, puede promover comportamientos socialmente positivos.



Voces en tránsito

propone conocer las experiencias migratorias venezolanas a partir de relatos reales, comprendiendo la complejidad del fenómeno y generando empatía hacia quienes lo viven. A través de una estrategia transmedia, el proyecto busca expandir dichas historias hacia un museo virtual interactivo, crónicas sonoras, material didáctico y contenido digital, dirigidos especialmente a jóvenes y adultos en Colombia y Estados Unidos. Las experiencias narradas en el proyecto se basan en historias ocurridas desde 2015, mientras que el diseño y desarrollo del prototipo se desarrolla entre 2025–2026.

Investigación, justificación y contexto

El desplazamiento forzado de más de siete millones de venezolanos (ACNUR, 2025) desde 2015, ha configurado uno de los éxodos más significativos del continente, y ha generado tensiones sociales, discursos estigmatizantes y desafíos de integración en los países de acogida. La comunicación por su parte, cumple un papel fundamental en la construcción de imaginarios sociales que pueden reforzar prejuicios o promover el reconocimiento, comprensión y empatía. Desde esta perspectiva el desarrollo de una estrategia de comunicación transmedia resulta pertinente para abordar temas como la migración venezolana, al integrar narrativas, participación y circulación multiplataforma para generar experiencias más cercanas y significativas para las audiencias. Además de su dimensión humanitaria, social y educativa, este enfoque posibilita ampliar la comprensión de fenómenos complejos a través de distintos formatos y lenguajes. En este sentido, Jenkins (2008) plantea que, en la cultura de la convergencia, las historias circulan por múltiples plataformas mediáticas y las audiencias participan activamente en la construcción y expansión de los contenidos. Asimismo, el autor define la narración transmedia como “el arte de crear mundos”.



En este sentido, las narrativas transmedia permiten construir experiencias inmersivas y emocionalmente significativas, especialmente útiles para abordar contextos sociales y testimonios de vida, lo que facilita el desarrollo de contenidos en diversos formatos, articulación de tecnologías inmersivas y productos digitales creativos que promuevan la reflexión, la pedagogía y el diálogo alrededor de la migración venezolana, al tiempo que amplían el acceso a recursos para públicos capaces de incidir en la transformación social.

Otro aspecto, es la posibilidad de conectar múltiples plataformas y formatos considerando que el proyecto tiene audiencias objetivo tanto en Colombia como en Estados Unidos, con diferentes hábitos de consumo de información. Para esto, las narrativas transmedia ofrecen experiencias interactivas en las que los usuarios deciden cómo y cuándo involucrarse, transformando al público de receptor pasivo a participante activo (Heilemann, 2018). Lo anterior favorece espacios de diálogo intercultural y construcción de narrativas colaborativas donde más migrantes puedan vincularse y compartir sus experiencias.

Voces en Tránsito diseña una estrategia de comunicación transmedia que expande las historias de migrantes venezolanos radicados en Colombia y Estados Unidos. La propuesta busca conectar formatos, plataformas y formas de participación para promover el reconocimiento, la comprensión y la empatía; además de fortalecer el vínculo con las audiencias y amplificar el alcance de las historias. Así como lo planteado por Gosciola (2012), sobre la narrativa transmedia “una historia expandida dividida en varias partes distribuidas entre diversos medios”, y “cada medio hace lo que mejor sabe hacer”, se desarrollan contenidos y productos a partir de historias de vida recopiladas y curadas entre febrero de 2025 y 2026, pero relacionadas con experiencias migratorias vividas desde 2015.

Se articula con los objetivos de la Maestría en Comunicación y Creación Interactiva al integrar investigación-creación, diseño de experiencias digitales, reflexión crítica sobre problemáticas sociales contemporáneas, y aportes en las dimensiones social, cultural y educativa para sensibilizar, preservar la memorias migrantes y alfabetizar. **Voces en Tránsito** se plantea como una propuesta viable y aplicable en organizaciones sociales, instituciones educativas y plataformas digitales interesadas en generar herramientas educativas y espacios de reflexión sobre el fenómeno migratorio.

Objetivo General

Promover el reconocimiento, la comprensión y la empatía hacia la población migrante venezolana residente en Colombia y Estados Unidos, a través del diseño de una estrategia de comunicación transmedia, que contribuya a la reducción de estigmas en el imaginario de personas adultas de ambos países.

Objetivos específicos

- Recopilar experiencias migratorias de venezolanos hacia Colombia y Estados Unidos, para el desarrollo de contenidos digitales.
- Prototipar una plataforma web que materialice una estrategia de comunicación transmedia integrando formatos audiovisuales, visuales, sonoros y escritos para la representación de experiencias migratorias de personas venezolanas hacia Colombia y Estados Unidos.



Historia transmedia Comunicación Narrativa Cultura participativa social Transmediación narrativa y medios Intertextualidad Canales

Aspectos conceptuales

Para la realización de este proyecto, se consideran distintos aportes teóricos sobre el término transmedia, partiendo de la perspectiva de Henry Jenkins quien afirma que “una historia transmedia se desarrolla a través de múltiples plataformas mediáticas, y cada nuevo texto realiza una contribución específica y valiosa al conjunto” (Jenkins, 2006, p.95), refiriéndose a una forma de construcción narrativa en la que cada medio aporta información diferente y complementaria, donde la historia se expande y adquiere mayor profundidad. Según (Jenkins et al., 2009), la narrativa transmedia también se vincula con la cultura participativa, donde las audiencias dejan de ser receptoras pasivas para convertirse en co-creadoras, difusoras e intérpretes del contenido; esto resulta pertinente para abordar fenómenos sociales como la migración venezolana al integrar múltiples voces y perspectivas para su comprensión.

Uno de los antecedentes teóricos de la narrativa transmedia se encuentra en el concepto de intertextualidad explorado por Marsha Kinder (1991) quien lo abordó como un súper sistema intertextual de entretenimiento y describió cómo ciertos relatos se expanden a través de diferentes medios creando conexiones entre textos narrativos. Este concepto permite comprender cómo una estrategia de comunicación puede contemplar fragmentos narrativos en formatos sonoros, digitales, audiovisuales, e incluir formatos análogos y didácticos para generar una experiencia transmedia que no pretende la expansión narrativa sino temática, como es el caso de Voces en Tránsito.

Esta perspectiva resulta relevante porque el proyecto propone una expansión con sentido experiencial, es decir, los diferentes productos no buscan continuar una misma historia lineal, sino ampliar la comprensión del fenómeno migratorio venezolano desde distintos formatos y puntos de vista. En esta línea, Martín Ciancia (2015) señala que cada medio aporta posibilidades expresivas particulares a la narrativa general y permite construir experiencias más inmersivas e interactivas para las audiencias.

Otro de los conceptos considerados es el planteado por (Elleström, 2014), quien aborda la transmediación como un proceso mediante el cual un mismo contenido narrativo puede trasladarse y adaptarse a distintos medios, transformándose de acuerdo con las posibilidades expresivas de cada formato, caso de los relatos de migración venezolana en formatos sonoros e interactivos. En esta misma línea, (Scolari, 2013) señala que los procesos transmedia implican la circulación y transformación de contenidos narrativos a través de diferentes plataformas, donde cada medio aporta una perspectiva particular al relato general con nuevas formas de narrar y comprender estas experiencias.

Este proyecto también se sustenta en los estudios sobre **comunicación narrativa** que analiza cómo las historias influyen en la construcción de significado, la identificación emocional y la comprensión social de determinadas problemáticas. Este concepto se encuentra en el paradigma narrativo de Walter Fisher (1984), quien sostiene que los seres humanos comprenden el mundo principalmente a través de relatos y experiencias narrativas.

Estudios en comunicación narrativa, han demostrado que las historias personales facilitan procesos de identificación emocional y empatía hacia grupos sociales distantes, como lo expresa Melanie Green y Timothy Brock (2000), quienes hablan de la teoría del **transporte narrativo**, argumentando que cuando las audiencias se sumergen psicológicamente en una historia, tienden a experimentar emociones similares a las de los personajes y disminuyen su resistencia frente al mensaje narrativo. También, investigaciones como las desarrolladas por Bal y Veltkamp (2013) y Walkington (2020) han demostrado que la exposición a narrativas incrementa los niveles de empatía y favorece actitudes prosociales hacia otras personas, incluso con grupos socialmente estigmatizados.

Asimismo, Igartua (2010) e Igartua y Frutos (2017) evidencian que la identificación con personajes migrantes puede contribuir a reducir prejuicios y mejorar las actitudes hacia estos grupos. Incluso desde la **psicología social** Small, Loewenstein y Slovic (2007), demuestran que las personas responden con mayor empatía frente a historias individuales que ante datos estadísticos abstractos, fenómeno conocido como ***identifiable victim effect***. Estas aproximaciones resultan relevantes en el ámbito de la comunicación sobre migración, donde las narrativas mediáticas desempeñan un papel central en la construcción de percepciones sociales sobre las personas migrantes, reforzando estigmas o promoviendo comprensión y empatía dependiendo, claro está, del enfoque narrativo utilizado (Esses, Medianu & Lawson, 2013).

En estudios contemporáneos sobre **narrativa y medios**, Ryan (2004) plantea que la narrativa no es independiente del medio que la transmite, sino que cada soporte condiciona las formas de construcción, representación y recepción de los relatos. Desde allí, las historias pueden desplazarse entre distintos medios y combinar lenguajes, ampliando las posibilidades de construcción narrativa. Posteriormente, Ryan (2013) también profundiza en la relación entre narrativa, inmersión e interactividad, señalando que los entornos digitales permiten a las audiencias experimentar las historias de formas más participativas y dinámicas. Estos planteamientos resultan particularmente pertinentes para proyectos que articulan múltiples formatos y plataformas, ya que permiten comprender cómo la experiencia narrativa puede fortalecerse a través de distintos niveles de participación y exploración por parte de las audiencias.

En el caso de **Voces en Tránsito**, estos aportes permiten sustentar el uso de diversos formatos narrativos para comunicar las experiencias de migración venezolana, favoreciendo una aproximación más inmersiva a las historias de vida de las personas migrantes y promoviendo una mayor conexión emocional con las audiencias.





Foto: Tom Fisk

Temática principal

Voces en Tránsito aborda las experiencias migratorias de personas venezolanas hacia Colombia y Estados Unidos, dos de los países con mayor índice de recepción de esta población. A través de entrevistas semi estructuradas, se recopilan testimonios y se identifican experiencias positivas y/o negativas que enfrentaron sus protagonistas al llegar a un nuevo país e incorporarse a una nueva cultura. De allí se desprende un universo narrativo en distintos formatos que permiten entender el fenómeno migratorio, las causas de la decisión y el adaptarse a un nuevo contexto cultural en un país que no es el suyo. Los relatos se mezclan con datos e información que ayudan a comprender el fenómeno desde los acontecimientos y las cifras que lo encierran.

El proyecto delimita su abordaje temático en torno a tres dimensiones interrelacionadas: **la dimensión emocional**, que recoge sentimientos como el miedo, la esperanza, la pérdida, la resiliencia y el arraigo. (Ahmed, 2004) muestra que el desplazamiento implica procesos psicológicos complejos asociados a pérdida, incertidumbre y reconstrucción identitaria, además analiza cómo las emociones circulan socialmente y configuran percepciones sobre “otros” en contextos de movilidad y diferencia cultural. Esta perspectiva también es trabajada por autores como Even Tuck, quien en su artículo *“Suspending damage: A letter to communities”* discute cómo las narrativas de comunidades desplazadas pueden centrarse en resiliencia y esperanza, no solo en el daño.

Una segunda **dimensión es la territorial** que pone en diálogo los lugares de origen, tránsito y destino, evidenciando cómo el desplazamiento transforma la relación de las personas con el espacio. En este campo, autores como Doreen Massey explica cómo los movimientos de personas reconfiguran las relaciones entre lugares y territorios (Massey, 2005) planteando que el espacio es una construcción social en constante transformación.

En tercer y último lugar, la **dimensión social**, que aborda las interacciones con las comunidades receptoras, los episodios de discriminación o solidaridad y los procesos de integración o exclusión. Aquí (Portes & Rumbaut, 2006) analizan en su libro “Immigrant America: A Portrait” cómo los migrantes se insertan en las sociedades receptoras y enfrentan procesos de integración, exclusión o movilidad social. Aquí incluso conceptos como el de Castles, Haas y Miller (2014) conciben la migración como un proceso social complejo y dinámico, atravesado por factores económicos, políticos, culturales y transnacionales que transforman tanto a las personas migrantes como a las sociedades de acogida.

Los autores señalan que fenómenos como la xenofobia, las redes de apoyo, la construcción de comunidades migrantes y las dinámicas de integración forman parte central de la experiencia migratoria contemporánea. Estos planteamientos permiten comprender cómo las personas venezolanas reconstruyen sus vínculos sociales, enfrentan procesos de adaptación y negocian su identidad en contextos culturales distintos.

Desde estas tres dimensiones, el proyecto explora en su enfoque transmedia, desde un relato cercano y respetuoso que lejos de la victimización, pretende resaltar las historias de migrantes venezolanos a través de formatos audiovisuales, sonoros, textuales e inmersivos, construyendo una herramienta valiosa para la educación y sensibilización.



Sinopsis

¿Y si algún día tuviera que dejar el hogar o la familia para buscar oportunidades en otro país? Voces en Tránsito es una estrategia de

comunicación transmedia que visibiliza las experiencias de la migración venezolana hacia Colombia y Estados Unidos, dos de los principales destinos de esta diáspora en el continente. A través de historias reales de personas provenientes de Maracaibo, ciudad profundamente impactada por la crisis migratoria venezolana, el proyecto invita a recorrer relatos de esperanza, resiliencia y transformación. Son historias marcadas por la distancia familiar, la incertidumbre, la búsqueda de oportunidades y la construcción de nuevas redes de apoyo, pero también por la capacidad de reconstruir la vida en contextos desconocidos.

La propuesta se desarrolla mediante un ecosistema transmedia compuesto por múltiples medios y formatos interconectados que se amplían en una experiencia narrativa y temática desde diferentes lenguajes y plataformas (Montoya, Vásquez & Salinas, 2013) que se materializan en cuatro productos. En primer lugar, una serie de crónicas sonoras que permiten escuchar las voces de quienes han vivido el proceso migratorio. En segundo lugar, un museo virtual interactivo que abre la puerta a objetos, fotografías y recuerdos donados por sus protagonistas y que conservan la memoria de sus trayectorias; un tercer componente representado en una serie de contenidos digitales para redes sociales amplifican estas historias y promueven la conversación pública; y una historieta digital dirigida a estudiantes y docentes aborda la xenofobia y la discriminación, fomentando la empatía y la reflexión. Todos los contenidos convergen en una plataforma web que integra testimonios, recursos multimedia y datos de fuentes oficiales, transformando cifras en experiencias humanas. Más que contar historias sobre migración, Voces en Tránsito busca generar comprensión, derribar prejuicios y construir puentes entre comunidades a través del poder de la narrativa.

Descripción del ecosistema transmedia

Voces en Tránsito se configura como un ecosistema transmedia que articula múltiples plataformas y formatos para ofrecer una experiencia coherente, inmersiva y participativa sobre la migración venezolana hacia Colombia y Estados Unidos. Su núcleo narrativo está conformado por las historias reales de personas migrantes venezolanas, las cuales se expanden a través de distintos medios que aportan perspectivas complementarias al relato general. La plataforma web funciona como punto de convergencia de los contenidos. Allí se presentan los testimonios de los protagonistas junto con visualizaciones, datos y contexto sobre la migración venezolana, contruidos a partir de fuentes oficiales. Este espacio permite comprender el fenómeno migratorio desde una perspectiva amplia, relacionando las experiencias individuales con los contextos sociales, territoriales y demográficos en los que se desarrollan. Además, la web opera como punto de acceso a los demás componentes del proyecto.

A partir de estas historias se desarrollan crónicas sonoras que profundizan en la dimensión emocional de las experiencias migratorias. Mediante el formato sonoro, las voces de los protagonistas adquieren una presencia cercana que permite conectar con sus recuerdos, emociones y reflexiones. Los episodios amplían la narrativa a través de relatos biográficos y momentos significativos del proceso de adaptación a un nuevo país.

Al proyecto se incorpora un museo interactivo virtual denominado “Rutas que hablan” y concebido como un espacio inmersivo donde las historias se representan mediante objetos, fotografías y elementos simbólicos donados por los mismos migrantes y asociados a cada experiencia vivida. Durante el recorrido virtual, los usuarios pueden explorar las piezas y acceder a contenidos que explican su significado. Cada objeto se convierte en una puerta de entrada a las historias personales, fortaleciendo el vínculo entre memoria, identidad y experiencia migratoria.

La interacción dentro del ecosistema se basa en una navegación no lineal que permite a las audiencias ingresar desde cualquiera de las plataformas y desplazarse entre ellas mediante enlaces y elementos narrativos compartidos. De esta manera, cada medio aporta información diferente sin repetir contenidos, promoviendo la exploración y el descubrimiento. Asimismo, el proyecto invita a la reflexión y al intercambio de perspectivas sobre el fenómeno migratorio.

Voces en Tránsito también trasciende el entorno digital mediante el desarrollo de una herramienta didáctica tipo historieta dirigida a estudiantes de últimos grados de colegio y docentes. Este recurso reúne contenidos del ecosistema para ser utilizados en espacios educativos con el propósito de promover la reflexión, fortalecer la empatía y contribuir a la disminución de estigmas asociados a la migración venezolana. Así esta iniciativa propone una experiencia narrativa integrada que conecta testimonios, datos y objetos para favorecer la comprensión del fenómeno migratorio y promover procesos de empatía hacia las personas migrantes.





Foto: tomada de El Político

Estructura del proyecto

Voces en Tránsito adopta un modelo de producción transmedia donde los distintos productos actúan como componentes complementarios de una experiencia comunicativa integrada. La estructura del proyecto se concibe desde una lógica de arborescencia temática y experiencial que permite al usuario explorar los contenidos de manera no lineal, construyendo recorridos propios y conectando desde su experiencia con las historias de los migrantes.



Crónicas sonoras “Voces en tránsito”: cuatro episodios que relatan la historia de cuatro venezolanos, dos hombres, dos mujeres, que han emigrado hacia Colombia y Estados Unidos en busca de nuevas oportunidades. Cada episodio es una historia narrada en gran parte por sus protagonistas, e invita a transitar por las experiencias, sensaciones y emociones que vivieron estos cuatro venezolanos al dejar su país y hoy contarlos desde otra realidad.



Microrrelatos que transitan: un total de dos (2) videos cortos disponibles en plataformas digitales como instagram y tik tok. Los productos audiovisuales rescatan vivencias, recuerdos y testimonios de migrantes venezolanos frente a situaciones de la vida cotidiana y el mismo fenómeno migratorio.



La Exposición virtual interactiva “Rutas que hablan” es un museo interactivo donde los usuarios pueden realizar recorridos virtuales de forma autónoma y encontrarse con elementos que para los migrantes, representan su historia. Las fotos y frases fueron donadas por los protagonistas de las distintas historias y transportan al usuario a una realidad con muchos matices. Durante la visita, podrán escuchar fragmentos sonoros, identificar palabras que describen la población venezolana y conectar con las historias detrás de los objetos.



Historieta migrante es una herramienta didáctica que aborda el fenómeno de la migración venezolana y sobre todo las situaciones difíciles que deben enfrentar al tomar la decisión de salir de su país. Estos productos, graficados con ayuda de inteligencia artificial, invitan al lector a familiarizarse con la terminología pero también con las vivencias de migrantes venezolanos que han sido víctimas de discriminación, xenofobia e incluso aporofobia.

Personajes

Los personajes de Voces en Tránsito son personas reales que fueron entrevistadas con el fin de comprender de manera directa cómo fué el proceso de migrar y cuáles fueron los motivos por el cual decidieron irse de su país de origen. Las diez personas entrevistadas son de Maracaibo, una ciudad que, según datos de la Cámara de Comercio, presenta uno de los mayores índices de migración hacia Chile (22,5%), Colombia (17,4%) y Estados Unidos (14,2%), lo que representa, a julio de 2025, un 24,8% de la población maracaibera (Cámara de Comercio de Maracaibo, 2025).

En esta primera instancia del proyecto, se logró entrevistar a seis personas, identificadas a continuación como “personajes” que, pese a ser un concepto asociado al campo de la ficción, cumplen la función de personajes dentro de las historias desarrolladas.

**Nombre completo:**

Oriana Vergel Manzanedo

Ciudad y país de

nacimiento: Maracaibo,
Venezuela

Fecha de nacimiento: 10 de
octubre de 1997

Edad: 28

¿Vive?: Sí

Sexo: Femenino

Identidad de género: Mujer

Orientación sexual:

Heterosexual

Aspecto físico

Diversidad genética: Mestiza Venezolana

Color de piel: Blanco

Tipo de pelo: Ondulado

Color de pelo: Castaño oscuro

Color de ojos: Café oscuro

Observaciones físicas: Lleva el cabello suelto, viste ropa apropiada al clima de Orlando, Florida, o su uniforme de profesional de salud.

Ámbito familiar

Estado civil actual: Soltera

Observaciones del ámbito familiar: Creció en una familia con madre cabeza de familia, tiene una hermana mayor quien facilitó la salida de su madre y de ella para ir a Estados Unidos. Sus padres son separados y tiene otros hermanos de parte de papá. Ambos padres difuntos. Su padre murió en Venezuela cuando ya vivía en Estados Unidos, sin darle la oportunidad de despedirse de él. Su madre murió en Orlando en 2025 tras haber sido paciente de diálisis por años, lo que motivó a Oriana a ser auxiliar técnico en diálisis.

Ámbito profesional

Nivel de educación: tecnológico.

Título profesional: Auxiliar técnico en diálisis

Profesión u oficio: Área administrativa de un centro de diálisis y actualmente estudiante de enfermería



Nombre completo: Andrés

Eduardo González Allazo

Ciudad y país de

nacimiento: Maracaibo,
Venezuela

Fecha de nacimiento: 23 de
Enero de 1999

Edad: 27

¿Vive?: Sí

Sexo: Masculino

Identidad de género:

Hombre

Orientación sexual:

Heterosexual

Aspecto físico

Diversidad genética: mestizo venezolano

Color de piel: trigueña clara

Tipo de pelo: liso

Color de pelo: castaño oscuro, canas blancas.

Color de ojos: café oscuro

Observaciones físicas: contextura de cuerpo gruesa, lleva el cabello corto y utiliza ropa formal.

Ámbito familiar

Estado civil actual: soltero

Observaciones del ámbito familiar: creció en una familia amorosa, aunque sus padres al tener múltiples negocios no estaban todo el tiempo presentes en la infancia. Es el hermano de medio de 3. Fue el último en migrar a los Estados Unidos siendo recibido en casa de su hermano mayor.

Ámbito profesional

Nivel de educación: profesional Universitario

Título profesional: ingeniero Civil

Profesión u oficio: administrador de una página de política y trabajando en campañas políticas.



Nombre completo: Rafael López*

Ciudad y país de nacimiento: Maracaibo, Venezuela

Fecha de nacimiento: 9 de Septiembre de 1999

Edad: 26

¿Vive?: Sí

Sexo: Masculino

Identidad de género: Hombre

Orientación sexual: Homosexual

Aspecto físico

Diversidad genética: Mestizo venezolano

Color de piel: Tez blanca

Tipo de pelo: Liso

Color de pelo: Castaño oscuro

Color de ojos: Verdes claros

Observaciones físicas: Cuerpo atlético, normalmente viste ropas formales por su trabajo como banquero, durante el día utiliza ropa casual y cómoda. Tiene unos cuantos tatuajes en los brazos y espalda.

Ámbito familiar

Estado civil actual: Soltero

Observaciones del ámbito familiar: Creció con una madre soltera en la casa de su familia materna con su padre estando ausente de su vida.

Ámbito profesional

Nivel de educación: Profesional Universitario

Título profesional: Abogado

Profesión u oficio: Banquero

***NOTA:** Para proteger la identidad de este personaje y respetar su solicitud expresa de confidencialidad, el nombre que aparece en la historia es ficticio. Los hechos relatados corresponden a su experiencia real.

**Nombre completo:**

Jesús Alberto Rincón Lara

Ciudad y país de

nacimiento: Maracaibo,
Venezuela

Fecha de nacimiento: 3 de
mayo de 1987

Edad: 38

¿Vive?: Sí

Sexo: Masculino

Identidad de género:

Hombre

Orientación sexual:

Heterosexual

Aspecto físico

Diversidad genética: Mestizo venezolano

Color de piel: Trigueño oscuro

Tipo de pelo: Ondulado

Color de pelo: Castaño oscuro

Color de ojos: Café oscuros

Observaciones físicas: contextura gruesa,
estatura baja, lleva el pelo corto.

Ámbito familiar

Estado civil actual: Casado

Observaciones del ámbito familiar: Jesús es hijo único de una pareja de Venezuela. Madre del estado de Falcón y padre de Maracaibo. La mamá fue enviada en su niñez a una familia italiana en Venezuela para obtener sus estudios escolares y universitarios siendo la mayor de 13 hermanos. Su papá es el mayor de cinco hermanos. Jesús está casado hace 10 años con una mujer colombiana (Paola) y tienen un hijo de 9 años (Juan Pablo).

Ámbito profesional

Nivel de educación: Especialista.

Título profesional: Ingeniero industrial de profesión, con especialidad en seguridad y salud laboral de la Universidad de Alcalá de Henares, España.

Profesión u oficio: Fotógrafo

**Nombre completo:**

Roxana Toledo

Ciudad y país de

nacimiento: Maracaibo,
Venezuela

Fecha de nacimiento: 12 de
junio de 1990

Edad: 35 años

¿Vive?: Sí

Sexo: Femenino

Identidad de género:

Femenino

Orientación sexual:

Heterosexual

Aspecto físico

Diversidad genética: colombo-española.

Color de piel: Trigueña

Tipo de pelo: Rizado

Color de pelo: Castaño oscuro

Color de ojos: Café

Observaciones físicas: Mujer de amplia
sonrisa, siempre porta lentes. Aparenta
contextura delgada.

Ámbito familiar

Estado civil actual: Casada

Observaciones del ámbito familiar: De padres
inmigrantes en Venezuela. Papá español,
falleció hace 22 años. Mamá de Colombia.
Ambos se conocieron en Maracaibo. Todos sus
hermanos, cinco en total, 3 mujeres y dos
hombres, son de Maracaibo. Allí conoció a su
esposo y con él tiene tres hijos, dos
venezolanos y uno colombiano.

Ámbito profesional

Nivel de educación: Profesional

Título profesional: Ingeniera de petróleo
(nunca ejercido)

Profesión u oficio: Ama de casa.

**Nombre completo:**

Melanie Carolina González
Allazo

Ciudad y país de

nacimiento: Maracaibo,
Venezuela

Fecha de nacimiento: 14
de Abril de 2000

Edad: 25

¿Vive?: Sí

Sexo: Femenino

Identidad de género:

Mujer

Orientación sexual:

Heterosexual

Aspecto físico

Diversidad genética: Mestiza venezolana

Color de piel: Trigueña clara

Tipo de pelo: Ondulado

Color de pelo: Castaño oscuro

Color de ojos: Café oscuro

Observaciones físicas: Tiene un rostro suave y se caracteriza por llevar maquillaje, viste ropas muy femeninas a la moda. Su cabello siempre está estilizado.

Ámbito familiar

Estado civil actual: Soltera

Observaciones del ámbito familiar: Creció en una familia amorosa, aunque sus padres al tener múltiples negocios no estaban todo el tiempo presentes en la infancia. Es la hermana menor de 3 y la única mujer. Fue la segunda en migrar a los Estados Unidos siendo ayudada por su hermano mayor para viajar.

Ámbito profesional

Nivel de educación: Último año de bachillerato

Título profesional: N/A

Profesión u oficio: Barista de café

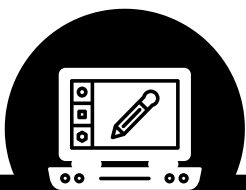
Tratamiento estético

La estética visual del proyecto se basa en un lenguaje documental y testimonial, centrado en los rostros, objetos y palabras que componen las historias de los protagonistas. Predominan imágenes tipo retratos, fotografías de personas, objetos y paisajes alusivos al proceso migratorio y espacios cotidianos.

La paleta cromática privilegia tonos neutros, que combinados con el tricolor de la bandera venezolana, evocan memoria, humanidad e identidad. El diseño visual integra fotografía documental, ilustraciones minimalistas y cartografías narrativas que representan rutas migratorias, territorios de origen y destinos. En este sentido, la interfaz digital adopta una estética limpia, narrativa y centrada en la exploración, donde la navegación vertical permite recorrer historias como si se tratara de un viaje. Este tipo de narrativas visuales favorece la construcción de relatos migratorios desde una perspectiva experiencial y biográfica.

El montaje narrativo se basa en una lógica no lineal y expandida. Cada plataforma ofrece una entrada distinta al universo narrativo, pero todas comparten una identidad estética común basada en la centralidad de la voz de los protagonistas y en la relación entre memoria, territorio y experiencia migratoria. La propuesta estética de Voces en Tránsito busca construir una experiencia narrativa coherente donde imagen, sonido, datos y objetos dialogan para generar una comprensión más humana y empática de la migración.

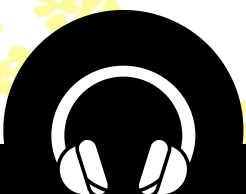




Estética gráfica: se utiliza una tipografía contemporánea de alta legibilidad que combina un estilo editorial con tipografías sans serif destinadas a datos y navegación. Los elementos gráficos incluyen: iconografía asociada a viaje, territorio y memoria, visualizaciones de datos sobre la migración venezolana y cápsulas visuales con citas de los protagonistas. Con la diagramación se busca mantener un equilibrio entre el contenido informativo y narrativo, permitiendo también tener contexto sobre el fenómeno que cobra vida en los relatos.



Estética audiovisual: las entrevistas desarrolladas de forma virtual permiten conectar con testimonios directos y ver a los migrantes venezolanos en su entorno actual. Se privilegia el uso de planos cercanos que aportan autenticidad a la propuesta audiovisual. Otro recurso audiovisual son los reels que aportarán dinamismo al contenido digital, entendiendo que este tipo de formatos logran un mayor alcance y conexión. Los temas abordados en este tipo de material son de tinte emotivo.



Estética sonora: este componente tiene un papel central en la experiencia. La serie sonora está construida desde los relatos de los protagonistas y constituye un hilo conductor. Así, se compone de entrevistas y relatos en primera persona, musicalización acorde a la temática y paisaje sonoro que permita recorrer las historias y sumergirse en sus sentimientos, emociones y situaciones. El diseño sonoro busca generar una escucha íntima que permita a la audiencia conectar emocionalmente con las experiencias narradas.



Estéticas espacial e interactiva para el museo: se concibe como una exposición digital inmersiva compuesta de cifras, datos y objetos que cuentan historias y que funcionan como puerta de entrada a la misma. La exposición virtual se organiza en torno a las dimensiones emocional, territorial y social de la migración.

Directrices de *branding*

La identidad visual de **Voces en Tránsito** se construye a partir de su filosofía de marca centrada en la **humanización de la experiencia migratoria**, la visibilización de las historias personales y la generación de empatía hacia las personas migrantes. El proyecto busca comunicar cercanía, dignidad y diversidad cultural, evitando representaciones estereotipadas y privilegiando una narrativa visual respetuosa y sensible. La identidad gráfica se orienta a reflejar el movimiento, la identidad, el encuentro entre territorios y la reconstrucción de la vida en nuevos contextos.

FILOSOFÍA DE MARCA

La marca **Voces en Tránsito** se fundamenta en tres principios conceptuales:

- **Humanidad:** poner en el centro las voces y experiencias de las personas migrantes, destacando su dimensión humana más allá de las cifras.
- **Movimiento:** representa la migración como un proceso dinámico que implica trayectorias, transformaciones y nuevos vínculos territoriales.
- **Conexión:** generar puentes entre audiencias y protagonistas a través de narrativas que favorezcan la empatía y la comprensión intercultural. Este principio también simboliza la conexión con sus raíces y su historia.



LOGOTIPO: está compuesto por un logotipo tipográfico acompañado de un símbolo gráfico que evoca movimiento y trayecto (huellas de pisadas) que avanzan en las tonalidades de la bandera venezolana. Representa la construcción de nuevas historias en el camino, las rutas migratorias y los desplazamientos geográficos. Este logotipo tiene aplicación horizontal pero se adapta a formatos digitales y audiovisuales garantizando su legibilidad en distintos productos como: materiales gráficos, página web y material audiovisual.



PALETA CROMÁTICA: combina tonos neutros con los colores sólidos primarios que componen la identidad venezolana. Los colores base son blanco y/o negro, acromáticos que ayudan a modular la luz, dar contraste y equilibrar la composición visual favoreciendo la legibilidad. Estos colores se complementan con el gris oscuro y los colores primarios amarillo, azul y rojo que simbolizan la identidad venezolana (tricolor de su bandera) y pretenden evocar el territorio y la cercanía.

COLORES PRINCIPALES

NEGRO
#000000
C 0 M 0 Y 0 K 100

AMARILLO
#FFD100
C 0 M 15 Y 100 K 0

AZUL
#007BC8
C 85 M 40 Y 0 K 0

ROJO
#E30613
C 0 M 100 Y 95 K 0

COLORES NEUTROS

GRIS OSCURO
#333333
C 0 M 0 Y 0 K 80

GRIS CLARO
#F2F2F2
C 0 M 0 Y 0 K 5

APLICACIÓN EN IDENTIDAD

EN TRÁNSITO

Una paleta vibrante y contrastante que comunica movimiento, diversidad y visibilidad.

PATRÓN GRÁFICO

Los colores se combinan para crear rutas visuales que representan trayectorias, historias y conexiones.

APLICACIÓN EN ELEMENTOS

Colores sólidos y contrastes fuertes que aportan claridad, energía y presencia.

28

TIPOGRAFÍA: Se usa para títulos y cuerpo de texto la tipografía “Montserrat”, sin serifa, lo que permite garantizar la legibilidad del contenido. Se usa en versión bold y regular.

MONTSERRAT

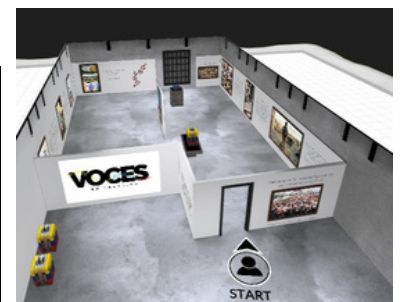
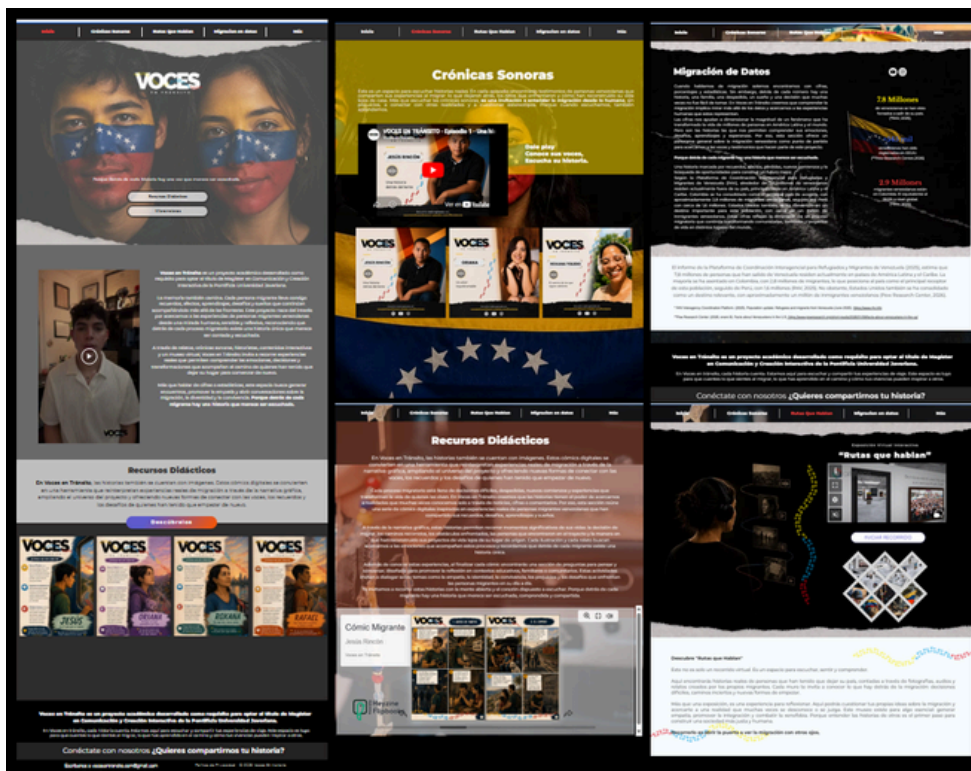
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

The quick brown fox jumps over the lazy dog

Storyboard, mockups y wireframes

A continuación se relacionan y los mockups de la web, punto de convergencia de los productos asociados al proyecto.



Arquetipos de usuario

Nombre y apellido: Valentina

Rodríguez

Edad: 18 años

País: Bogotá, Colombia

Identidad de género: Mujer

Orientación sexual: Heterosexual

Nivel educativo: Estudiante grado 11

Profesión u oficio: Estudiante.

Descripción de los gustos y comportamientos de usuario

Valentina es una estudiante de último grado de colegio que se encuentra en una etapa de formación de identidad y pensamiento crítico. Su visión del mundo está fuertemente influenciada por redes sociales, donde consume contenido de forma constante, especialmente en formatos visuales y de corta duración.

Ha estado expuesta a conversaciones sobre migración venezolana tanto en su entorno escolar como en redes sociales y medios digitales. Sin embargo, su comprensión del fenómeno es parcial y, en algunos casos, influenciada por estereotipos o comentarios generalizados que circulan en su entorno.

Valentina responde emocionalmente a historias personales y testimonios, lo que facilita su conexión con contenidos narrativos. Está abierta a cuestionar sus ideas, pero necesita estímulos claros y cercanos para hacerlo.



Objetivos del usuario con relación al producto:

- Entender mejor la realidad de los migrantes venezolanos.
- Conectar con historias reales y cercanas.
- Participar en actividades escolares relacionadas con el tema.
- Formar una opinión más informada.

Necesidades del usuario:

- Contenidos dinámicos, visuales y fáciles de entender.
- Narrativas que generan conexión emocional.
- Actividades guiadas en el aula.
- Información clara y contextualizada.

Redes sociales:



Conocimientos tecnológicos:

Nivel alto. Nativa digital, consumo constante de contenido en múltiples plataformas.

Medios de entretenimiento:

Redes sociales, plataformas de streaming, música, contenido corto audiovisual



Nombre y apellido: Daniel Herrera

Edad: 30 años

País: Houston, Texas, Estados Unidos

Identidad de género: Hombre

Orientación sexual: Homosexual

Nivel educativo: Profesional

Universitario

Profesión u oficio: Administrativo en institución educativa (high school)

Objetivos del usuario con relación al producto:

- Comprender mejor el fenómeno migratorio desde una perspectiva más clara.
- Contrastar sus ideas previas con otras miradas.
- Consumir contenido accesible y no demandante.
- Conectar con historias que le permitan entender experiencias reales.

Necesidades del usuario:

- Contenidos claros, breves y fáciles de consumir.
- Narrativas que no lo confronten de manera directa o agresiva.
- Información que complemente su contenido sin saturarlo.
- Experiencias que despierten interés de forma progresiva.

Descripción de los gustos y comportamientos de usuario

Daniel es un profesional latino que trabaja en el área administrativa de un high school en Houston, Texas. Lleva varios años viviendo en Estados Unidos y su vida cotidiana se centra en su trabajo, su entorno social y el consumo de contenido digital.

Aunque ha tenido contacto indirecto con comunidades migrantes, su percepción sobre la migración venezolana está mediada principalmente por discursos en redes sociales, noticias y conversaciones cotidianas. No se considera una persona discriminatoria, pero ha interiorizado ciertas ideas generalizadas sobre los migrantes, asociándolos en ocasiones con problemáticas sociales o económicas.

Daniel evita profundizar en temas sociales complejos y suele mantener una postura neutral o poco crítica. Su consumo de contenido es rápido, fragmentado y orientado al entretenimiento, lo que limita su acceso a perspectivas más o profundas sobre la migración.

Conocimientos tecnológicos:

Nivel medio. Usa plataformas digitales de forma cotidiana, principalmente para entretenimiento e información general.

Medios de entretenimiento:

Redes sociales, videos cortos, noticias digitales, streaming.

Redes sociales:





Nombre y apellido: Laura Gómez

Edad: 48 años

País: Cali, Colombia

Identidad de género: Mujer

Orientación sexual: Heterosexual

Nivel educativo: Licenciatura en Ciencias Sociales y Especialización en Educación.

Profesión u oficio: Docente de Ciencias Sociales - grados 10 y 11.

Objetivos del usuario con relación al producto:

- Utilizar el proyecto como recurso para la cátedra de la paz.
- Generar reflexión crítica sobre migración y estigmas sociales.
- Fomentar la empatía en sus estudiantes a través de historias reales.
- Integrar herramientas innovadoras en sus clases.

Necesidades del usuario:

- Material pedagógico estructurado y alineado con contenidos curriculares.
- Contenidos que conecten emocionalmente con estudiantes adolescentes.
- Recursos que traduzcan problemáticas complejas en experiencias comprensibles.
- Actividades claras y aplicables en el aula.

Descripción de los gustos y comportamientos de usuario

Laura es una docente de educación media con más de 20 años de experiencia, que trabaja con estudiantes de grados 10 y 11 en el área de Ciencias Sociales. Dentro de sus responsabilidades, aborda contenidos relacionados con ciudadanía, derechos humanos, conflicto social y construcción de paz, en línea con la cátedra de la paz establecida en el contexto educativo colombiano.

En su práctica docente, Laura se enfrenta constantemente al reto de trabajar temas complejos como la migración, la discriminación y la diversidad cultural en un entorno donde los estudiantes suelen tener opiniones influenciadas por redes sociales, estereotipos o discursos familiares.

Busca herramientas pedagógicas que le permitan conectar con sus estudiantes desde lenguajes más cercanos a su realidad digital, sin perder el rigor educativo. Valora especialmente los recursos que integran narrativas, experiencias reales y actividades guiadas que faciliten la reflexión crítica.

Conocimientos tecnológicos:

Nivel medio. Maneja herramientas digitales básicas (presentaciones, videos, plataformas educativas), pero requiere recursos intuitivos y de fácil implementación en el aula.

Medios de entretenimiento:

Documentales, noticias, contenido educativo, podcast ocasionales.

Redes sociales:





Nombre y apellido: Michael Thompson

Edad: 52 años

País: Florida, Estados Unidos

Identidad de género: Hombre

Orientación sexual: Heterosexual

Nivel educativo: Técnico

Profesión u oficio: Supervisor de mantenimiento en empresas de logística.

Objetivos del usuario con relación al producto:

- Comprender experiencias migratorias desde perspectivas personales.
- Contrastar ideas previas construidas a partir de miedos o discursos políticos.
- Acceder a información sencilla sobre procesos migratorios.
- Escuchar experiencias migratorias reales que le permitan construir una percepción más informada sobre la migración venezolana.

Necesidades del usuario:

- Narrativas accesibles y no confrontativas.
- Historias que generen empatía progresiva.
- Información clara basada en testimonios y contextos.
- Experiencias que permitan cuestionar prejuicios.

Descripción de los gustos y comportamientos de usuario

Michael ha vivido la mayor parte de su vida en EEUU y su entorno social está compuesto por personas con experiencias similares a la suya. Consume noticias nacionales, contenido político en redes sociales y programas de opinión, especialmente relacionados con economía, seguridad y empleo.

Su orientación política conservadora influye en las fuentes de información que consulta sobre migración. Como resultado, ha estado expuesto a discursos que presentan la migración latinoamericana desde perspectivas asociadas al control fronterizo, seguridad o competencia laboral.

Su preocupación sobre la migración está influenciada por estos discursos y suele generalizar a los latinoamericanos bajo categorías amplias, sin diferenciar contextos migratorios o nacionalidades. Asocia la palabra migrante con problemáticas sociales o económicas, no desde una intención agresiva o discriminatoria, sino desde desconocimiento y poca exposición intercultural.

Michael no se considera una persona intolerante; cree que sus opiniones responden a la realidad que observa y a la información que consume. Sin embargo, no ha tenido contacto con historias personales de migrantes.

Conocimientos tecnológicos:

Nivel medio-bajo. Uso cotidiano para información, noticias y entretenimiento.

Medios de entretenimiento:

Noticias televisadas, programas políticos, deportes, radio local y videos cortos.

Redes sociales:



Reglas de *engagement*

En Voces en Tránsito, la audiencia tiene un papel activo en la conversación que surge alrededor de las historias. El proyecto busca que las experiencias compartidas generen reflexión, diálogo y nuevas miradas sobre la migración y los desafíos que enfrentan quienes dejan su país para comenzar de nuevo.



Formas de participación: Los usuarios podrán interactuar mediante comentarios, reacciones y compartir contenidos publicados en canales digitales del proyecto. Se promoverá el uso del hashtag **#VocesEnTránsito** y la participación a través de reflexiones o testimonios relacionados con experiencias migratorias. Asimismo, se motivará la creación de contenido por parte de los usuarios para ser parte del proyecto.



Incentivos para la participación: La principal motivación será aportar a una conversación colectiva sobre las experiencias migratorias. Algunos testimonios o reflexiones podrán destacarse en los canales del proyecto como una forma de reconocimiento a la participación.



Uso del contenido generado por usuarios: Los aportes compartidos por la audiencia podrán difundirse en las plataformas del proyecto cuando contribuyan a enriquecer la conversación sobre la migración. Cuando corresponda, se reconocerá la participación de sus autores mediante menciones o créditos.



Normas de convivencia y moderación: Se promoverá una participación basada en el respeto y la empatía. No se permitirán comentarios ofensivos, discriminatorios o xenófobos. El equipo del proyecto podrá moderar o retirar contenidos que incumplan estas normas para garantizar espacios de diálogo respetuosos.



Transparencia y confianza: La información compartida por los participantes será utilizada únicamente para fines relacionados con el proyecto, respetando la autoría de los contenidos y la decisión de cada persona sobre la información que desea compartir.



Sostenibilidad: Para mantener el interés de la audiencia, se publicarán periódicamente nuevos contenidos y se promoverá la participación de personas que deseen compartir experiencias y reflexiones relacionadas con la migración. La alianza con entidades que trabajan con el fenómeno migratorio (ONGs como Venezolanos en Barranquilla con quienes se tuvo contacto para el proyecto), ayudarán a amplificar el mensaje del mismo.

Plataformas y canales

Voces en Tránsito se desarrolla a través de diferentes plataformas digitales que permiten ampliar la experiencia narrativa y acercar a las audiencias a las historias de migrantes venezolanos desde distintos formatos y niveles de interacción.

Plataforma web (Wix): es el espacio de repositorio del proyecto y el punto de encuentro de los diferentes contenidos. Allí los usuarios pueden explorar las historias de manera no lineal y acceder a recursos complementarios que ayudan a comprender mejor las experiencias migratorias. El sitio reúne las crónicas sonoras, información de contexto sobre la migración venezolana y el museo virtual, donde se presentan objetos, recuerdos y elementos simbólicos vinculados a las historias de los protagonistas.

Plataformas para las crónicas sonoras (Spotify y Youtube): facilitan el acceso a las historias desde diferentes momentos y contextos de consumo. Este canal permite que los relatos lleguen a nuevas audiencias y amplíen el alcance del proyecto.

Redes sociales (Instagram y TikTok): funcionan como espacios de difusión e interacción. A través de publicaciones, reels y carruseles se compartirán momentos destacados de las historias, datos relevantes y contenidos complementarios que inviten a profundizar en la experiencia narrativa y a participar en la conversación.

Herramienta didáctica digital tipo historieta: ofrece una nueva forma de acercarse a los testimonios ahondando en emociones, recuerdos y momentos significativos desde un lenguaje gráfico complementario al relato sonoro.

En conjunto, estas plataformas permiten que la audiencia conozca las historias desde diferentes formatos, descubra nuevas perspectivas sobre la migración y construya su propio recorrido dentro de la experiencia transmedia.

Foto: Reuters. Tomado de Revista Semana



Journey map

El recorrido de los usuarios en **Voces en Tránsito** puede entenderse como un viaje en una red de metro, donde cada persona inicia su trayecto desde una estación diferente según sus intereses, hábitos de consumo y formas de relacionarse con los medios digitales. Algunas llegan al proyecto a través de las redes sociales, como Instagram, TikTok o YouTube; otras por recomendaciones académicas o espacios educativos. Cada punto de partida aunque distintos, forman parte de una misma red de experiencias.

La estación central: la plataforma web de Voces en Tránsito. Este espacio funciona como el “corazón” del proyecto y punto de encuentro para las audiencias. Allí los usuarios pueden descubrir las historias, conocer a los personajes y explorar los contenidos que componen la experiencia transmedia. Desde esta estación principal, cada persona decide qué camino seguir entendiendo que los usuarios no consumen los contenidos de manera idéntica ni recorren una ruta única, y así como ocurre en una red de transporte, cada viajero elige las estaciones según sus intereses.

A medida que avanzan por estas estaciones narrativas, los usuarios conocen las vivencias de personas migrantes venezolanas, se acercan a los contextos, desafíos, emociones y decisiones que forman parte de sus procesos migratorios. De esta manera, las historias dejan de percibirse como realidades lejanas y aisladas, comenzando a entenderse desde una perspectiva más cercana, humana y empática.

Voces en Tránsito propone una experiencia transmedia abierta, flexible y no lineal. No existe una única forma correcta de recorrerla. Cada usuario construye su propio trayecto de acuerdo con sus motivaciones pero se acercan a un mismo destino: promover la comprensión, la reflexión y la empatía frente a las experiencias migratorias.





ESTACIÓN 0

Entrada

Punto de inicio según sus hábitos y contextos



VALENTINA

18 años
Bogotá, Colombia

Entra por redes sociales



DANIEL

30 años
Houston, EE. UU.

Entra por redes sociales



LAURA

48 años
Cali, Colombia

Entra por recomendación académica



MICHAEL

52 años
Florida, EE. UU.

Entra por plataformas de audio y video

ESTACIÓN 1

Núcleo del proyecto

La estación central que conecta todas las rutas

ESTACIÓN 2

Experiencia 1

Elige la ruta según tus intereses

ESTACIÓN 3

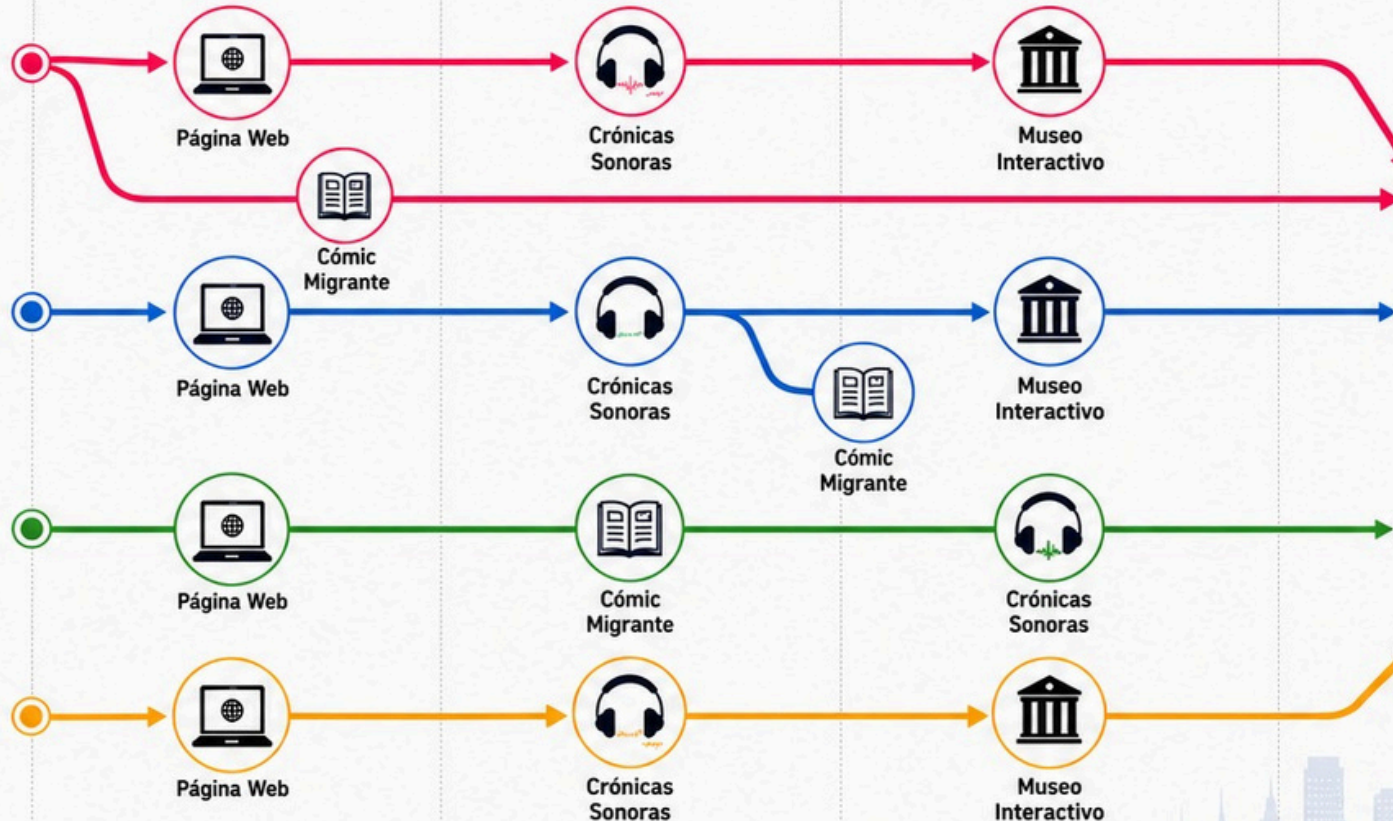
Experiencia 2

Profundiza tu recorrido

DESTINO

Resultado

El destino común de todas las rutas



RESULTADO IMPACTO

- Comprensión
- Reflexión
- Empatía
- Transformación

Historias que nos conectan

¿QUÉ LOGRA ESTE RECORRIDO?



Comprende experiencias migratorias cercanas



Contrasta ideas previas con historias reales



Encuentra recursos didácticos para reflexionar



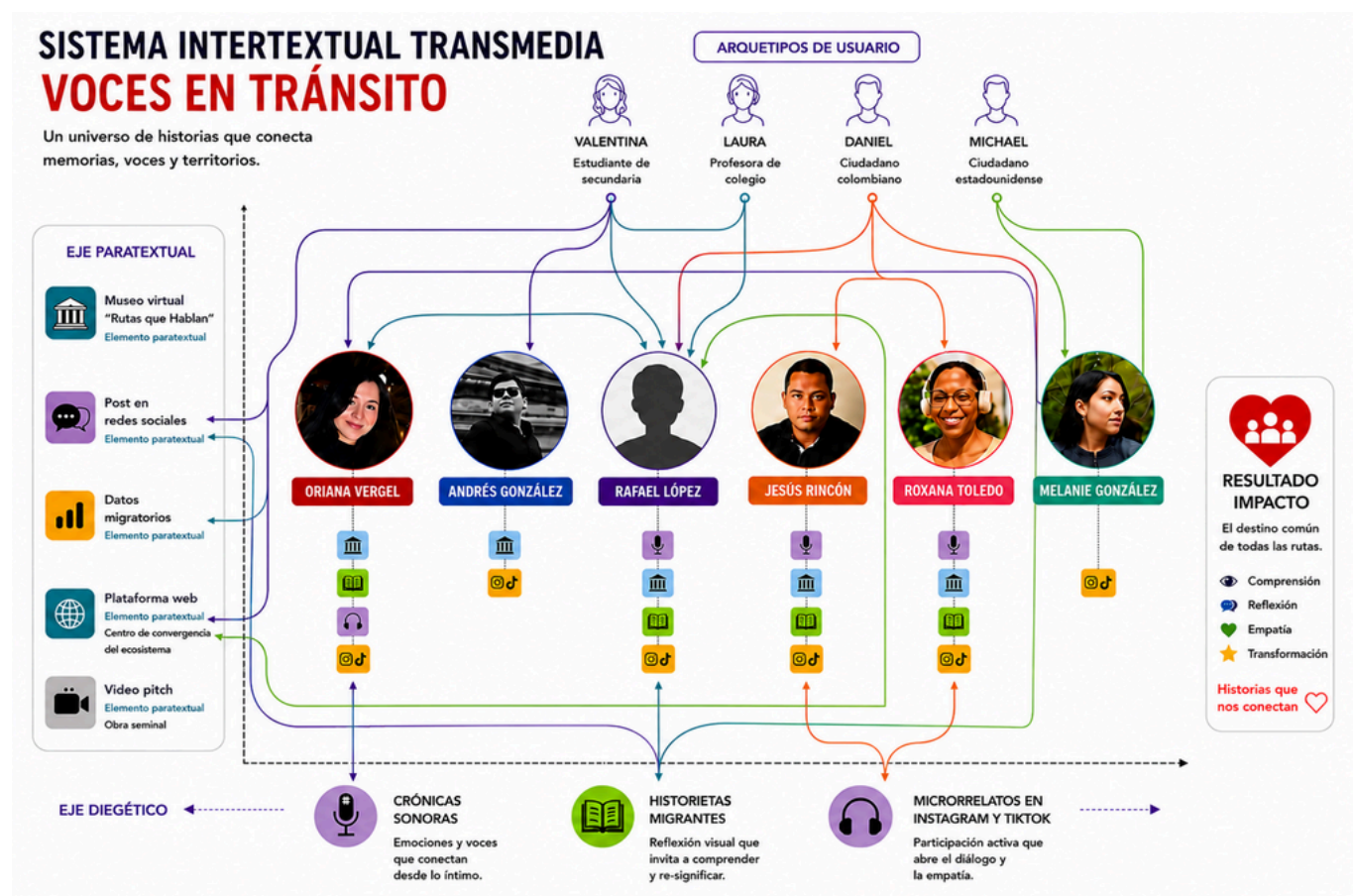
Conoce el contexto humano detrás de la migración



La memoria también camina

Sistema Intertextual Transmedia

Voces en Tránsito es una estrategia de comunicación transmedia que articula historias reales de migración venezolana a través de múltiples formatos y plataformas interconectadas, como historietas, microrrelatos, crónicas sonoras y un museo virtual. Su núcleo narrativo está conformado por las experiencias de los protagonistas, que se expanden en distintos medios, cada uno aportando una perspectiva única para acercar al público a estas vivencias y fomentar una comprensión más humana del fenómeno migratorio. El sistema integra además diversos tipos de audiencia y se estructura en torno a tres dimensiones clave: la emocional (sentimientos como nostalgia, esperanza y resiliencia), la territorial (los lugares que atraviesan las historias) y la social (temas como familia, trabajo, integración y discriminación), invitando así a reflexionar sobre la complejidad de la migración venezolana.



Llamados a la acción

El recorrido de **Voces en Tránsito** no sugiere una ruta única. Cada persona puede ingresar al proyecto desde diferentes puntos y construir su propia experiencia según aquello que más llame su atención. Sin embargo, durante el diseño del proyecto se identificaron algunos momentos clave que permiten comprender cómo las audiencias se acercan a las historias y continúan explorándolas

1

El encuentro con una historia

El recorrido inicia cuando una persona encuentra un contenido relacionado con el proyecto en redes sociales, una recomendación académica o una plataforma digital. Puede tratarse de un video corto, una publicación o un fragmento de una historia que despierta curiosidad.

En este punto, los llamados a la acción buscan invitar a descubrir quién está detrás del testimonio. Frases como “Conoce su historia completa”, “Escucha su experiencia” o “Descubre más en Voces en Tránsito” motivan al usuario a dar el siguiente paso.

2

Llegar a la plataforma web

Una vez el usuario ingresa a la plataforma, encuentra un espacio donde convergen las distintas historias y formatos. Allí puede conocer a los protagonistas, explorar información sobre la migración venezolana y elegir libremente qué recorrido seguir.

Los llamados a la acción orientan la navegación hacia otros contenidos: “Escucha”, “Iniciar recorrido” o “Conoce”.

3

Explorar y conectar

A medida que avanza por las distintas plataformas, el usuario descubre nuevos elementos que complementan los testimonios. Las crónicas sonoras permiten escuchar las voces de los protagonistas; el museo virtual presenta objetos, fotografías y recuerdos asociados a sus experiencias; y la historieta aborda situaciones relacionadas con la migración, la xenofobia y la convivencia.

En esta etapa, el interés ya no surge únicamente de la curiosidad inicial, sino de la conexión emocional que se establece con las historias y sus protagonistas.

4

Reflexionar y comprender

El recorrido culmina cuando las distintas piezas adquieren sentido y se ensamblan. Más allá de datos el usuario comprende que existen personas, familias, recuerdos y proyectos de vida.

Los llamados a la acción están orientados a la reflexión y al diálogo, de esta manera, **Voces en Tránsito** propone un recorrido que parte de la curiosidad y el interés, y avanza hacia el conocimiento, culminando en una comprensión más humana y empática de las experiencias migratorias. A través de canales digitales como redes sociales, el usuario podrá compartir los contenidos en sus propias redes.



Foto: Banco gratuito

Línea de tiempo

El desarrollo de **Voces en Tránsito** ha seguido un proceso gradual que busca conectar las diferentes experiencias y formatos que hacen parte del ecosistema transmedia. Todo comenzó con la recopilación de historias de personas migrantes venezolanas, cuyos testimonios se convirtieron en el punto de partida para construir la propuesta narrativa.

A partir de estas historias se definió la identidad visual, la estrategia transmedia, los perfiles de audiencia y las rutas de navegación entre los distintos productos. Posteriormente se desarrollaron el museo virtual interactivo, las cuatro crónicas sonoras, los contenidos para redes sociales y las historietas. Finalmente, se dispuso de una plataforma web que funcionara de repositorio para recopilar los cuatro productos principales y complementar con algunos datos de contexto (cifras) de fuentes oficiales.

Actualmente, el proyecto se encuentra en una etapa de integración y revisión, con el propósito de fortalecer la conexión entre cada uno de sus componentes y garantizar una experiencia clara para los usuarios.

Esta estructura responde al recorrido planteado en el *journey map*, donde las redes sociales funcionan como punto de entrada, mientras que la web, las crónicas sonoras y el museo permiten profundizar en las historias desde diferentes perspectivas. Asimismo, a futuro, el proyecto iniciará la fase de validación con arquetipos, seguimiento de actividades, lanzamiento y activación de la estrategia de difusión para garantizar su sostenibilidad en el tiempo.

FASE 1

Mes 1 al mes 3

Entrevistas, recopilación de testimonios y construcción de la base narrativa del proyecto.

FASE 2

Mes 2 al mes 4

Definición de la estrategia transmedia, *journey map*, arquetipos e identidad visual.

FASE 3

Mes 2 al mes 5

Desarrollo de la plataforma web, de las crónicas sonoras, el museo virtual y los contenidos para redes sociales.

FASE 4

Mes 4 al mes 6

Articulación de los productos, revisión de contenidos, pruebas de navegación, validación.

FASE 5

Mes 5 al mes 6

Activación en redes, difusión y circulación del proyecto.

FASE 6

Posterior

Actualización de contenidos, seguimiento a métricas y posibles ampliaciones del ecosistema.

Recursos y equipo involucrado

El proyecto es desarrollado de manera colaborativa por un equipo de tres integrantes que participa en las etapas de investigación, diseño, producción e integración. Además, cuenta con el acompañamiento de asesoría académica y contempla la participación de usuarios piloto para futuras pruebas de validación.

Hitos principales

- Recopilación de testimonios.
- Diseño de la estrategia transmedia.
- Construcción de la identidad visual.
- Desarrollo de productos: el museo virtual, las crónicas sonoras, los contenidos para redes sociales e historietas.
- Maquetación de plataforma web como repositorio.
- Integración y revisión de los productos.
- Validación con usuarios (proyectada).
- Lanzamiento del proyecto (proyectado).





Planificación práctica

Voces en Tránsito se plantea como un proyecto donde confluye investigación, diseño, producción, validación y circulación, lo que permite desarrollar una estrategia transmedia coherente y técnicamente viable. El proyecto se estructura en seis fases principales, que se articulan con los productos narrativos y didácticos del ecosistema transmedia.

Fase 1. Investigación y recopilación de historias

Esta primera fase comprende la identificación de posibles participantes, el diseño metodológico para entrevistas semiestructuradas y la recopilación de testimonios de personas venezolanas migrantes residentes en Colombia y Estados Unidos. El propósito es nutrir el proyecto a partir de experiencias reales.

Actividades principales:

- Revisión de literatura asociada a migración venezolana, fuentes oficiales e información secundaria.
- Selección y contacto con participantes. Se identifica la intención de participar del proyecto.
- Diseño de instrumentos de entrevista. Esquematización de preguntas orientadoras.
- Ejecución y grabación de entrevistas, en espacios previamente concertados con el entrevistado.
- Sistematización de testimonios.
- Identificación de ejes temáticos (emocional, territorial y social).

Recursos requeridos:

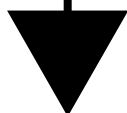
- Plataformas de videollamada (disponibilidad de grabación de más de 45 minutos en caso que se extiendan las entrevistas).
- Equipos de grabación audiovisual y sonora (opcional).
- Bases documentales e información recopilada de fuentes oficiales.

Equipo involucrado:

- Investigador(a).
- Entrevistador(a) - mínimo dos personas en cada entrevista.
- Equipo de análisis narrativo.

Entregables:

- Banco de testimonios.
- Recopilación de entrevistas.



Fase 2. Diseño conceptual y estructuración transmedia

En esta etapa se desarrolla la arquitectura de la estrategia transmedia, definiendo plataformas, productos clave, narrativa, arquetipos de usuario y experiencia de interacción.

Actividades:

- Definición de la estrategia transmedia.
- Diseño de Journey Map.
- Construcción de arquetipos.
- Definición de identidad visual.
- Boceto de prototipos.

Equipo involucrado:

- Equipo base del proyecto

Entregables:

- Mapa narrativo.
- Primeras versiones de prototipo.

Recursos:

- Programas de diseño.
- Herramientas colaborativas (Trello).
- Programas de edición de material audiovisual.

Fase 3. Producción de contenidos

En esta fase se inicia la producción de los contenidos de los cuatro productos establecidos (incluye actividades):

Producto 1 - Crónicas sonoras “Voces en tránsito”: grabación de entrevistas y edición de contenido. Se complementaron con segundos encuentros con los protagonistas, de ser necesario. Se escogen los testimonios de dos hombres y dos mujeres, dos residentes en Colombia y dos en Estados Unidos.

Producto 2 - Microrrelatos que transitan: organización y revisión de guiones para la grabación y edición de material audiovisual. Organización de parrilla de contenidos para plataformas digitales.

Producto 3 - Exposición virtual interactiva “Rutas que hablan”: montaje de museo virtual, con la respectiva selección de fotografías o piezas audiovisuales, fragmentos de las entrevistas, etc.

Producto 4 - Herramienta didáctica digital tipo historieta: boceto de imágenes y construcción de diálogos basados en las historias de migrantes venezolanos.

Recursos:

- Software edición audiovisual (Premiere, CapCut o equivalente).
- Edición sonora (Audacity, Adobe Podcast).
- Plataforma Artsteps para montaje de museo interactivo.
- Wix para montaje de plataforma web que sirve como repositorio de los productos.
- Banco de recursos audiovisuales y sonoros.

Equipo involucrado:

- Productores audiovisuales o personas con conocimiento de edición.
- Comunicador y/o periodista.
- Asesor con conocimiento en temas pedagógicos.

Entregables:

- Sitio web funcional.
- Cuatro episodios sonoros.
- Museo virtual interactivo.
- Material didáctico digital tipo historieta.
- Parrilla de publicación de material para redes (Tik tok e Instagram).

Fase 4. Integración, pruebas y validación

Esta fase se enfoca en la verificación de la funcionalidad técnica y narrativa de cada producto.

Actividades:

- Pruebas de navegación.
- Evaluación de accesibilidad.
- Ajustes visuales.
- Validación con usuarios piloto.

Equipo involucrado:

- Equipo base del proyecto

Entregables:

- Prototipo validado.

Recursos:

- Prototipos para validación.

Fase 5. Lanzamiento e implementación

Se realiza la publicación oficial y circulación inicial del proyecto. Se empieza a crear comunidad.

Actividades:

- Activación en redes sociales.
- Circulación en organizaciones relacionadas con migración.
- Definición de estrategia de posicionamiento.

Equipo involucrado:

- Equipo base del proyecto.

Entregables:

- Plataformas al aire.

Recursos:

- Recursos gráficos y audiovisuales
- Plataformas creadas
- Listado de aliados potenciales.

Fase 6. Seguimiento y sostenibilidad (Futura)

Se orienta a mantener vigente la experiencia y ampliar el impacto.

Actividades:

- Actualización periódica.
- Incorporación de nuevas historias.
- Seguimiento a métricas.
- Nuevas campañas digitales.
- Vinculación de docentes.

Equipo involucrado:

- Equipo base del proyecto.

Entregables:

- Informes de seguimiento.

Recursos:

- Recursos gráficos y audiovisuales
- Acceso a los insights de las plataformas

Viabilidad técnica

El proyecto presenta viabilidad gracias al uso de plataformas digitales de acceso abierto o bajo costo (Wix, Canva, Artsteps, Spotify, Capcut), permitiendo optimizar recursos económicos. El desarrollo gradual por su parte, favorece la producción escalonada y facilita ajustes derivados de pruebas con usuarios. La naturaleza modular del ecosistema transmedia posibilita que cada componente funcione de manera independiente o integrada, garantizando sostenibilidad y capacidad de expansión futura con nuevas historias, alianzas institucionales e incluso aplicaciones educativas.



Foto: banco gratuito

Plan de difusión

La estrategia de difusión de **Voces en Tránsito** está diseñada para acompañar la lógica transmedia del proyecto, entendiendo que las audiencias consumen información, entretenimiento y contenidos culturales a través de múltiples plataformas y formatos. La comunicación no se concentra en un único canal, sino que genera diferentes puntos de entrada a las historias, permitiendo que cada usuario descubra el proyecto desde los espacios digitales, educativos o culturales que forman parte de su vida cotidiana.

Partiendo de los arquetipos identificados, la difusión combina canales de alta circulación digital, como redes sociales y plataformas de audio, con escenarios de reflexión y aprendizaje, como instituciones educativas, eventos académicos y espacios culturales. Esta combinación permite amplificar las narrativas, fortalecer la conexión emocional con los públicos y promover conversaciones informadas sobre migración, convivencia y diversidad cultural. Es así como la estrategia busca visibilizar los contenidos del proyecto, al tiempo que genera oportunidades para que las historias sean compartidas, discutidas y apropiadas por las audiencias en Colombia y Estados Unidos.

El **Plan de difusión** de Voces en Tránsito busca acercar las historias de vida de migrantes venezolanos a públicos en Colombia y Estados Unidos, aprovechando los espacios y plataformas que hacen parte de sus prácticas cotidianas de información y entretenimiento.

La estrategia parte de que cada persona puede llegar al proyecto por una puerta distinta. Mientras algunos usuarios se acercarán a través de contenidos breves en redes sociales, otros podrán descubrirlo en espacios educativos, eventos académicos o plataformas digitales interesadas en temas sociales y culturales, donde las historias tienen una versión ampliada. Así que, en línea con el objetivo del proyecto, la estrategia buscará visibilizar las historias para promover la empatía en el público objetivo de los países mencionados.



Instagram y TikTok son los principales canales para compartir los microrrelatos audiovisuales. Estos contenidos permitirán presentar fragmentos de historias, recuerdos y experiencias de los protagonistas, generando un primer acercamiento al proyecto desde formatos familiares para las audiencias más jóvenes. Más que resumir las historias completas, estas piezas buscarán despertar la curiosidad de los usuarios e invitarlos a continuar explorando los demás contenidos disponibles en la plataforma web.



Las crónicas sonoras están disponibles en plataformas como **Spotify y Youtube**, facilitando el acceso a usuarios que prefieren consumir contenidos en formato de audio durante sus desplazamientos, jornadas laborales o actividades cotidianas. Este formato permite una aproximación más íntima a las historias y amplía las posibilidades de circulación del proyecto más allá de los entornos visuales.



La **página web** es el punto de convergencia de Voces en Tránsito y por consiguiente la experiencia transmedia. Allí los usuarios podrán acceder a las crónicas sonoras, la exposición virtual interactiva y la historieta migrante, además de ser redireccionados a las redes sociales del proyecto. Además de concentrar los contenidos, la plataforma permite conectar las piezas narrativas y ofrecer una comprensión más amplia del fenómeno migratorio.



Una parte importante de la difusión estará dirigida a **docentes e instituciones educativas** interesadas en trabajar temas relacionados con migración, derechos humanos, ciudadanía y diversidad cultural. Para ello, se realizarán actividades de socialización del proyecto (inicialmente virtuales) y se compartirán materiales que faciliten su uso como recurso de apoyo en el aula. Esta estrategia busca que las historias puedan convertirse en punto de partida para conversaciones y ejercicios de reflexión con estudiantes de educación media y superior.



El proyecto también podrá presentarse en **encuentros académicos, seminarios, muestras universitarias y espacios culturales** donde se aborden temas relacionados con comunicación, migración y narrativas digitales. Incluso podrá participar de espacios de interacción entre migrantes venezolanos para recopilación de nuevos personajes e historias. Estos escenarios permitirán compartir el proceso de investigación y creación, así como dialogar con públicos interesados en las problemáticas sociales que aborda la propuesta.

Finalmente, también se buscará la alianza con otros programas de migración (catedráticos o comunicacionales), así como apoyo en el “voz a voz” para que cada vez más personas conozcan la iniciativa. La participación en estos espacios sin duda amplificará las narrativas y generará nuevas conversaciones alrededor de las experiencias de los migrantes.

Aporte de la estrategia: La combinación de estos canales hará que Voces en Tránsito pueda encontrarse con sus públicos en diferentes contextos y momentos. Mientras las redes sociales facilitan el descubrimiento inicial de las historias, las plataformas de audio permiten una escucha más pausada, la página web reúne la experiencia completa y los espacios presenciales y/o virtuales favorecen la resolución de inquietudes y el contacto directo con las audiencias. Así la difusión no se limita a dar a conocer el proyecto, sino que contribuye a la apropiación de las historias y propiciar conversaciones sobre migración, empatía y convivencia.

Enganche y fidelización

La estrategia de enganche de *Voces en Tránsito* se fundamenta en el poder del *storytelling* como herramienta para acercar a las audiencias a las experiencias de la migración venezolana desde una perspectiva humana. En lugar de presentar el fenómeno migratorio a través de estadísticas o discursos institucionales, el proyecto invita a conocer a las personas que existen detrás de las cifras: sus recuerdos, decisiones, miedos, desafíos y sueños.

El punto de partida son relatos en primera persona que permiten a los usuarios encontrarse con historias de vida auténticas y reconocerse en emociones universales como la búsqueda de oportunidades, la nostalgia por el hogar, la incertidumbre frente al futuro o el deseo de construir una vida mejor. Esta aproximación favorece la identificación emocional y crea condiciones propicias para cuestionar estereotipos y percepciones simplificadas sobre la población migrante.

La estrategia se desarrolla mediante contenidos que despiertan la curiosidad y promueven una exploración progresiva de las historias. Fragmentos audiovisuales, fotografías, objetos significativos y extractos de testimonios que funcionan como detonantes narrativos que invitan a profundizar en cada experiencia a través de los diferentes componentes del ecosistema transmedia. Cada plataforma ofrece una pieza del relato, incentivando la participación activa de las audiencias y fortaleciendo su vínculo con los personajes.

Más que transmitir información, *Voces en Tránsito* busca generar encuentros entre realidades distintas. A través de la empatía y la conexión emocional, la estrategia contribuye al reconocimiento de la diversidad de experiencias migratorias y al cumplimiento del objetivo del proyecto: promover una comprensión más profunda de la migración venezolana y aportar a la reducción de estigmas y prejuicios en los imaginarios de personas adultas en Colombia y Estados Unidos.

Modelo de monetización

Voces en Tránsito es principalmente una iniciativa de carácter social, educativo y cultural cuyo objetivo principal no es la generación de ingresos comerciales directos, sino la producción de impacto social mediante la sensibilización sobre las experiencias migratorias y la promoción de la inclusión. Sin embargo, para garantizar su sostenibilidad en el tiempo, el proyecto contempla una estrategia de diversificación de recursos basada en **alianzas institucionales, cooperación internacional y transferencia de conocimiento**.

En primer lugar, el proyecto buscará consolidar alianzas con instituciones educativas, bibliotecas, centros culturales y organizaciones sociales interesadas en utilizar los contenidos transmedia como herramientas educativas para procesos de formación en ciudadanía, derechos humanos, interculturalidad y migración. Estas alianzas podrán materializarse mediante convenios de cooperación, licenciamiento de contenidos o desarrollo de actividades formativas conjuntas.

En segundo lugar, **Voces en Tránsito** participará en convocatorias para financiación de proyectos relacionadas con cultura, educación, innovación social, migración, inclusión y derechos humanos. Organismos multilaterales, agencias de cooperación internacional, fundaciones filantrópicas y programas de fortalecimiento comunitario representan oportunidades para financiar nuevas temporadas, ampliar la plataforma y desarrollar productos derivados orientados al impacto social.

Asimismo, se fortalecerá una red de aliados estratégicos integrada por organizaciones de la sociedad civil, colectivos migrantes, universidades, medios comunitarios y entidades públicas. La vinculación inicial con organizaciones como Venezolanos en Barranquilla demuestra el interés de actores territoriales en utilizar el proyecto como herramienta de sensibilización y diálogo social, abriendo oportunidades para futuras colaboraciones y cofinanciación de actividades.

Finalmente, es clave la actualización permanente de contenidos, la ampliación de su comunidad de usuarios y la capacidad de generar valor educativo y social para múltiples actores. Este modelo permitirá mantener vigente la plataforma, producir nuevas historias y ampliar su alcance territorial sin perder el enfoque que dio origen a la iniciativa.



Impacto esperado

Desde el ámbito **académico**, Voces en Tránsito aporta una experiencia de investigación-creación que explora nuevas formas de contar historias a través de diferentes plataformas y formatos. El proyecto permite reflexionar sobre cómo las narrativas transmedia pueden utilizarse para abordar temas sociales y generar conexiones más cercanas con las audiencias.

En el ámbito **social**, se espera que las historias compartidas ayuden a comprender mejor las experiencias de las personas migrantes venezolanas. A través de relatos reales, el proyecto busca promover la reflexión sobre temas como la empatía, la convivencia y los prejuicios que suelen existir alrededor de la migración.

Por último, en relación con la **industria creativa**, la propuesta muestra las posibilidades que ofrecen las herramientas digitales y los formatos narrativos contemporáneos para desarrollar proyectos con un propósito social. Además, puede servir como referencia para futuras iniciativas que busquen combinar comunicación, cultura y tecnología en la construcción de experiencias significativas para las audiencias.

Recursos humanos

Voces en Tránsito es desarrollado por un equipo interdisciplinario conformado por tres profesionales (que se espera sea el equipo base) que aportan conocimientos y experiencias complementarias desde la comunicación, el periodismo y la psicología.

El proyecto ha sido una construcción colaborativa. Los tres integrantes han participado en las etapas de investigación, revisión documental, realización de entrevistas, construcción de historias, escritura de contenidos y desarrollo de las crónicas sonoras que hacen parte de la propuesta.



Lina Marcela Lugo

Comunicadora con énfasis en organizaciones, con experiencia en redacción, planeación y organización de contenidos, contribuye a la estructuración de la propuesta y a la articulación de los diferentes productos que conforman la experiencia transmedia.

Roles: gestión de contenidos, programación, seguimiento técnico.



Andrés Insuasti

Psicólogo clínico, aporta una mirada centrada en las experiencias humanas, contribuyendo a la comprensión de los procesos emocionales, sociales y de adaptación presentes en las historias de las personas migrantes.

Roles: diseño gráfico y producción audiovisual, además de apoyar la gestión de comunidades.



Isabela Katime

Comunicadora social y periodista, aporta su experiencia en la construcción de relatos periodísticos, la realización de entrevistas y el desarrollo narrativo de las historias que conforman el proyecto.

Roles: Guiones, gestión de comunidades y revisión de productos.

Si bien cada integrante aporta desde su formación profesional, las decisiones relacionadas con la investigación, la narrativa y el desarrollo del proyecto se construyen de manera conjunta, buscando mantener coherencia entre los objetivos de la propuesta y las experiencias que se ofrecen a las audiencias.

Presupuesto

La fase inicial de Voces en Tránsito fue posible gracias a la inversión directa de recursos propios por parte del equipo base del proyecto, que asumió los costos asociados a la conceptualización, producción y puesta en circulación de los distintos productos transmedia. Para esta primera etapa se priorizó el uso eficiente de herramientas y plataformas de acceso gratuito, tanto para el diseño de piezas gráficas y audiovisuales como para el alojamiento y difusión de contenidos en la plataforma web, lo que permitió validar la propuesta y alcanzar los objetivos planteados sin incurrir en gastos operativos significativos.

No obstante, con el fin de proyectar la sostenibilidad y escalabilidad de la iniciativa, se realizó un ejercicio de estimación financiera que contempla los costos requeridos para migrar progresivamente hacia servicios y plataformas especializadas de pago que garanticen mayor estabilidad, seguridad y permanencia de los contenidos. Esta proyección incluye, entre otros aspectos, la contratación de servicios de hosting y mantenimiento web, la inversión en estrategias de promoción y posicionamiento digital, la vinculación de talento humano especializado para la actualización y producción de nuevos contenidos, la adquisición de licencias profesionales para software de diseño y edición audiovisual, así como la compra de materiales e insumos necesarios para futuras fases de desarrollo.

De esta manera, el proyecto cuenta con una visión clara de los recursos requeridos para evaluar su crecimiento y asegurar su permanencia como una plataforma de comunicación, educación y sensibilización social a largo plazo.



RUBRO	NOMBRE ÍTEM	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	CANTIDAD	MEDIDA (Días, semanas, meses, paquete)	VALOR TOTAL
Recursos Humanos	Director/a de proyecto	Coordinación general del proyecto, supervisión metodológica y de productos	\$ 2,500,000	6	Meses	\$ 15,000,000
	Diseñador web UX/UI	Diseño de plataforma web y museo interactivo	\$ 1,800,000	3	Meses	\$ 5,400,000
	Productor de contenidos	Escritura de guiones, curaduría narrativa, revisión de productos y seguimiento a publicaciones	\$ 1,500,000	6	Meses	\$ 9,000,000
	Editor audiovisual	Edición de material de audio (crónicas sonoras - paisaje sonoro) y videos tipo reels para redes	\$ 1,200,000	4	Meses	\$ 4,800,000
	Diseñador gráfico	Diseño de piezas estáticas para contenido digital e historieta	\$ 1,200,000	4	Meses	\$ 4,800,000
SUBTOTAL RECURSOS HUMANOS						\$ 34,200,000
Hardware	Disco duro externo marca ADATA de 1 Tb	Almacenamiento de formatos, guías, manuales y productos finales	\$ 450,000	1	Unidad	\$ 450,000
SUBTOTAL HARDWARE						\$ 450,000
Software	Adobe Creative Cloud	Licencia para edición y diseño gráfico de material	\$ 170,000	12	Meses (paquete anual)	\$ 2,040,000
	Hosting y dominio	Web	\$ 245,000	12	Meses (paquete anual)	\$ 2,940,000
	Google Meet	Para la realización de entrevistas virtuales ilimitadas	\$ 24,000	12	Meses (paquete anual)	\$ 288,000
SUBTOTAL SOFTWARE						\$ 4,980,000
Otros	Asistente IA plus	Transcripción de textos, generación de imágenes - recursos didácticos	\$ 100,000	12	Paquete	\$ 1,200,000
	Promoción digital	Promoción de contenido digital	\$ 1,000,000	1	Paquete	\$ 1,000,000
	Museo virtual	Montaje	\$ 40,000	12	Paquete	\$ 480,000
SUBTOTAL OTROS						\$ 2,200,000
SUBTOTAL DESARROLLO						
TOTAL PROYECTO						\$ 41,830,000

Cronograma

Componentes	Procesos / Actividades	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4				Mes 5				Mes 6			
		S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Investigación y recopilación de historias	Revisión de literatura asociada a migración venezolana, fuentes oficiales e información secundaria.	X	X	X	X																				
	Selección y contacto con participantes. Se identifica la intención de participar del proyecto.	X	X	X	X	X	X	X	X																
	Diseño de instrumentos de entrevista. Esquematización de preguntas orientadoras.					X	X	X	X																
	Ejecución y grabación de entrevistas, en espacios previamente concertados con el entrevistado.					X	X	X	X	X	X	X	X												
	Sistematización de testimonios.									X	X	X	X												
Diseño conceptual y estructuración transmedia	Definición de la estrategia transmedia.					X	X	X	X	X	X	X	X												
	Diseño de Journey Map.									X	X	X	X												
	Construcción de arquetipos.									X	X	X	X												
	Definición de identidad visual.									X	X	X	X												
	Boceto de prototipos.									X	X	X	X	X	X										
Producción de contenidos	Grabación y edición de crónicas sonoras					X	X	X	X	X	X	X	X												
	Producción de reels y contenidos para redes sociales (microrelatos que transitan)													X	X	X	X								
	Montaje de museo virtual													X	X	X	X	X	X	X					
	Diseño y producción de historieta digital																X	X	X	X					
Integración, pruebas y validación	Pruebas de navegación.															X	X	X	X	X	X	X			
	Evaluación de accesibilidad.															X	X	X	X	X	X	X			
	Ajustes visuales.																		X	X	X	X			
	Validación con usuarios piloto.																				X	X			
Lanzamiento e implementación	Activación en redes sociales.																X	X	X	X					
	Circulación en organizaciones relacionadas con migración.																				X	X	X	X	
	Definición de estrategia de posicionamiento.																				X	X	X	X	

Cronograma proyectado a seis meses de realización del trabajo de grado. No se incluye la fase 6 descrita en el documento por ser una fase de seguimiento futura.

Prototipo funcional

A continuación se encuentra el código QR para acceder a la plataforma web de Voces en tránsito, lugar donde convergen los productos de la estrategia transmedia. Para ingresar puede escanear el código con su dispositivo o dar clic en:

Voces en tránsito web



Referencias bibliográficas

ACNUR. (2025, Mayo). *Sitio global de Acnur*. Llamamiento de emergencia. Situación en Venezuela. <https://www.acnur.org/emergencias/situacion-de-venezuela?utm>

Ahmed, S. (2004). *The Cultural Politics of Emotion*. Edinburgh University Press.

Bal, P. M., & Veltkamp, M. (2013). How does fiction reading influence empathy? An experimental investigation on the role of emotional transportation. *PLoS ONE*, 8(1), e55341.

<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0055341>

Barandica-Perilla, M. (2020). Migrantes Venezolanos en Colombia, entre la Xenofobia y Aporofobia; una Aproximación al Reforzamiento Mediático del Mensaje de Exclusión. *Latitude Multidisciplinary Research Journal* 2(13), 119-128. <https://doi.org/10.55946/latitude.v2i13.100>

Cámara de Comercio de Maracaibo. (2025). *Maracaibo en datos 2025: Informe final (versión ejecutiva)*. <https://ccm.org.ve/wp-content/uploads/2025/09/2025-Informe-Final-Maracaibo-en-datos-version-ejecutiva.pdf>

Carrero-Saavedra, Y.A. (2023). La paradoja de Nueva York: migrantes venezolanos en las calles. Centro Interdisciplinario de Estudios sobre Desarrollo – CIDER. Universidad de los Andes.

<https://cider.uniandes.edu.co/la-paradoja-de-nueva-york-migrantes-venezolanos-en-las-calles/>

Castles, S., de Haas, H., & Miller, M. (2014). *The Age of Migration: International Population Movements in the Modern World*. Guilford Press.

Ciancia, M. (2015). Narrativas transmedia: De la expansión narrativa a la construcción de experiencias. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, 52, 151-162. Universidad de Palermo.

Elleström, L. (2014). The modalities of media: A model for understanding intermedial relations. En L. Elleström (Ed.), *Media borders, multimodality and intermediality* (pp. 11-48). Palgrave Macmillan.

Encyclopaedia Britannica. (2024). Maracaibo. Encyclopaedia Britannica. <https://www.britannica.com/place/Maracaibo>

Esses, V. M., Medianu, S., & Lawson, A. S. (2013). Uncertainty, threat, and the role of the media in promoting the dehumanization of immigrants and refugees. *Journal of Social Issues*, 69(3), 518-536. <https://doi.org/10.1111/josi.12027>

Fisher, W. R. (1984). Narration as a human communication paradigm: The case of public moral argument. *Communication Monographs*, 51(1), 1-22. <https://doi.org/10.1080/03637758409390180>

Green, M. C., & Brock, T. C. (2000). *The role of transportation in the persuasiveness of public narratives*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79(5), 701-721. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.79.5.701>

- Gosciola, V.** (2012). Narrativa transmídia: conceituação e origens. En C. Campalans, D. Renó y V. Gosciola (Eds.), *Narrativas transmedia: entre teorías y prácticas* (pp. 7-14). Editorial Universidad del Rosario.
- Heilemann, U.** (2018). *Transmedia storytelling: Narrative worlds across multiple platforms*.
- Igartua, J. J.** (2010). Identification with characters and narrative persuasion through fictional feature films. *Communications*, 35(4), 347–373. <https://doi.org/10.1515/COMM.2010.019>
- Igartua, J. J., & Frutos, F. J.** (2017). Enhancing attitudes toward stigmatized groups with narrative persuasion. *International Journal of Communication*, 11, 158-177
- Jenkins, H.** (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Jenkins, H.** (2008). *Convergencia cultural: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.
- Jenkins, H., Clinton, K., Purushotma, R., Robison, A., & Weigel, M.** (2009). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Chicago: MacArthur Foundation.
- Kinder, M.** (1991). *Playing with power in movies, television and video games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*. University of California Press.
- Massey, D.** (2005). *For Space*. SAGE.
- McGorry, S. Y., & McGorry, M. R.** (2017). Who are the millennials? A study of generational differences in marketing. *Journal of Business Diversity*.
- Migración Colombia** (2025). Panorama actual de las migraciones en Colombia, tendencias y dinámicas regulares e irregulares. <https://www.migracioncolombia.gov.co/especiales-digitales/panorama-actual-de-las-migraciones-en-colombia-tendencias>
- Montoya, D. F., Vásquez, M., & Salinas, H.** (2013). Sistemas intertextuales transmedia: Exploraciones conceptuales y aproximaciones investigativas. *Co-herencia*, 10(18), 137–159.
- Pew Research Center.** (2026, enero 9). *Facts about Venezuelans in the U.S.* <https://www.pewresearch.org/short-reads/2026/01/09/facts-about-venezuelans-in-the-us/>
- Portes, A., & Rumbaut, R.** (2006). *Immigrant America: A Portrait*. University of California Press.
- Ryan, M. L.** (2004). *Narrative across media: The languages of storytelling*. University of Nebraska Press.
- Ryan, M.-L.** (2013). *Narrative as virtual reality 2: Revisiting immersion and interactivity in literature and electronic media*. Johns Hopkins University Press.

- Scolari, C. A.** (2013). *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.
- Small, D. A., Loewenstein, G., & Slovic, P. (2007). Sympathy and callousness: The impact of deliberative thought on donations to identifiable and statistical victims. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 102(2), 143–153. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2006.01.005>
- Tuck, E.** (2009). **Suspending damage: A letter to communities.** *Harvard Educational Review*, 79(3).
- Walkington, A.** (2020). Empathy, storytelling and the humanities: A qualitative exploration. *Journal of Humanistic Psychology*, 60(4), 530–548. <https://doi.org/10.1177/0022167818796845>
- Walkington, Z., Ashton Wigman, S., & Bowles, D.** (2020). The impact of narratives and transportation on empathic responding. *Poetics*, 80, 101425. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2019.101425>

Anexos

A continuación se encuentran los enlaces que dirigen a los documentos anexos al presente trabajo y que corresponden a los formatos de consentimientos informados de los personajes para el uso de su imagen, información, voz e insumos que algunos de ellos facilitaron para la exhibición interactiva.

[Consentimientos informados](#)





VOCES

EN TRÁNSITO



voces.en.transito

<http://vocesentransito.com.wixsite.com/fronteras>

#VocesEnTransito