



## NARRATIVAS TRANSMEDIA APLICADA POR ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN EN LA DIFUSIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL

Transmedia Narratives Applied by Communication Students in the Dissemination of Cultural Heritage

LADDY QUEZADA-TELLO<sup>1</sup>, ÁNGEL HERNANDO-GÓMEZ<sup>2</sup>, OCTAVIO VÁZQUEZ-AGUADO<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Instituto Superior Tecnológico Ismael Pérez Pazmiño, Ecuador / Universidad de Huelva, España

<sup>2,3</sup> Universidad de Huelva, España

---

### KEYWORDS

*Communication  
Media  
Education  
Cultural heritage  
Transmedia*

### ABSTRACT

*The evolution of technology has influenced the media ecology, making transmedia to be applied in fictional, journalistic, educational narratives, etc. This research analyzes the experimental production process in the project Orotopia, developed by students of Social Communication of the Technical University of Machala- UTMACH, Ecuador. Results show that its non-formal application becomes an option for learning about cultural heritage; it also allows going through the collaborative production process of students to produce audiovisual reports, podcasts, radio programs, and content for social networks.*

---

### PALABRAS CLAVE

*Comunicación  
Medios de información  
Educación  
Patrimonio cultural  
Transmedia*

### RESUMEN

*La evolución tecnológica ha influido en la ecología de los medios, haciendo que el transmedia se aplique en las narrativas de ficción, periodismo, educativos, etc. En esta investigación se analiza su proceso de producción experimental dentro del proyecto Orotopía, desarrollado por los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Machala- UTMACH, Ecuador. Dentro de sus resultados se encuentra que su aplicación no formal se convierte en una opción para el aprendizaje de patrimonio cultural, también permite recorrer el proceso de producción colaborativa de los estudiantes al generar reportajes audiovisuales, podcast, programas radiales y contenidos para redes sociales.*

Recibido: 12/11/2021  
Aceptado: 17/03/2022

## 1. Introducción

La revolución de los medios es un fenómeno que ocurre desde la antigüedad, su estudio ha tomado parte de numerosas investigaciones relacionadas con los medios tradicionales, la evolución tecnológica, las nuevas tecnologías de la información y comunicación, la ecología de los medios, el apareamiento de nuevas tendencias narrativas con las que se producen y difunden contenidos mediáticos e incluso la forma en cómo el público interactúa con este tipo de formatos (Scolari y Establés, 2017; Jenkins, 2009; Del Moral et al., 2016; Sedeño-Valdellós, 2021; Quezada y Heredia, 2021; Atarama-Rojas et al., 2017; Montoya-Bermudez y Vásquez-Arias, 2018; Jenkins et al., 2016). Esto a su vez, ha revelado la necesidad de que los futuros comunicadores sociales experimenten desde las aulas con la aplicación de la narrativa transmedia en la generación de proyectos comunicacionales.

Así mismo, la aplicación del *storytelling* es visible en narrativas que van desde la ficción, lo comercial, lo cultural, lo periodístico y lo educativo. En este sentido esta investigación toma como base al proyecto cultural ecuatoriano Orotopía, el mismo que trabajó en la producción de contenidos de patrimonio cultural local. Esto debido a que ha sido tendencia general en la función gubernamental y periodística al dar mayor énfasis a la producción de contenidos culturales relacionados a las grandes urbes o en sectores relacionados con el turismo a gran escala, dejando relegados en muchos casos a los sectores más pequeños o con menor ingreso económico, como es el caso de la provincia de El Oro, Ecuador.

El proyecto Orotopía fue desarrollado por los estudiantes de la Universidad Técnica de Machala (UTMACH), Ecuador, entre los años 2015–2020, y su misión se dirigía al fortalecimiento de la identidad cultural local orense. Entre los participantes de este programa educativo cultural se encontraron los estudiantes de la carrera de Comunicación Social y tuvieron a su cargo la producción experimental de contenidos transmedia relacionados al patrimonio cultural local.

Dentro de este proceso se desglosan los siguientes objetivos: 1) Explorar el proceso de planificación de contenidos transmedia en función del patrimonio cultural orense; 2) Identificar las estrategias de producción transmedia y plataformas de difusión mediáticas aplicadas en Orotopía; 3) Verificar la potencialidad educativa en la generación de productos derivados de la narrativa transmedia en beneficio del patrimonio cultural local.

## 2. Marco teórico

### 2.1. Ecología de los medios: Difusión y aplicación educomunicativa

La evolución de los medios en la era tecnológica ha permitido el surgimiento de plataformas digitales basadas en las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TICs), permitiendo el intercambio de datos en diferentes áreas de la necesidad humana, incluido el ámbito educativo (Scolari et al., 2019). Su efecto es prolongado en el tipo de procesos educativos, generación de estrategias, desarrollo de recursos materiales, incluyendo también la dinámica de la interacción entre los usuarios y los contenidos desarrollados en función de ellos (Jackson, 2013).

El conocimiento se encuentra a un clic de distancia entre el individuo y la interfaz (Jenkins et al., 2016). Cada vez se utilizan más las plataformas digitales para el proceso de aprendizaje informal, esto es propio de las nuevas generaciones de estudiantes, docentes y profesionales, que buscan opciones en la web para cubrir sus necesidades formativas (González-Sanmamed et al., 2020). La interacción de las personas con los medios termina confluyendo tanto en el modelo de «ecología» mediática como en el del aprendizaje, y permiten la generación de nuevos contextos educativos (Han y Ellis, 2020, p. 20); esto es mucho más evidente a raíz de la pandemia de la Covid-19, que ha amplificado la urgencia de la educación digital a través de la gestión de contenidos mediáticos, aquí también se incluye la temática de patrimonio cultural que siempre busca nuevos espacios para su difusión entre la población (Longhi-Heredia et al., 2021).

Además, como indican Rummler et al. (2020), se debe tener en cuenta que los medios influyen en el proceso de aprendizaje debido a que buena parte los individuos, además de realizar sus tareas, también navegan o interactúan con los medios digitales que lo rodean. Cada vez se incrementan los

educadores que estudian las bases de las nuevas ecologías mediáticas dentro del contexto del aprendizaje, buscando resolver las problemáticas a través de propuestas interactivas, lúdicas y visualmente estéticas que generen impacto dentro de la sociedad de la información (Aguaded, 2016). Finalmente, por esta razón, es necesario que en base a la cultura de la convergencia mediática todos los individuos que se relacionan con procesos educativos y comunicativos incorporen como parte de sus habilidades la criticidad para la evaluación y la creatividad para la generación de contenidos que se adapten a las multipantallas (Grandio-Pérez, 2016).

## 2.2. Narrativa transmedia aplicada a la difusión del patrimonio cultural

En base a los estudios de Steven Pinker, los investigadores Reinsborough y Canning (2010) encuentran que «... las historias son esenciales para el aprendizaje humano y la construcción de relaciones en grupos sociales. La comunidad científica está cada vez más convencida de que las raíces neurológicas de la narración y el disfrute de las historias están vinculadas a nuestra cognición social» (p. 18). La generación de relatos puede aportar sentidos de ficción, información y educación a la población que los consume (Del Moral et al., 2016), pero para que estas tengan la aceptación esperada, se debe realizar un proceso de investigación previo. Esto permite que la producción de estos contenidos llegue de forma ilustrativa a sus públicos, permitiendo la interacción e incluso la generación de versiones propias de los *fans* (Scolari et al., 2019).

El transmedia permite la aplicación del multiformato que va desde el texto, las imágenes fotográficas hasta lo audiovisual con la finalidad de almacenar una memoria de los eventos que se vive como sociedad, como grupo o comunidad (Zink y Cornelis, 2016). Este estilo narrativo permite la emisión simultánea de mensajes entre varios medios, respondiendo a «lógicas narrativas lejanas a la clásica, de distribución en un único medio y cierre completo de la línea de la trama al final del consumo del formato» (Sedeño-Valdellós, 2021, p.1).

Además de los relatos transmedia, Atarama-Rojas et al. (2017) indican que un proyecto narrativo tiene dos opciones más en relación con el formato: el multimedia y el *crossmedia* (Tabla 1). La elección dependerá de la estrategia que utilice el equipo de producción, el nivel de interrelación que se busca alcanzar con la comunidad a la que se dirige e incluso el financiamiento que el proyecto posea.

Tabla 1.  
Narrativas multimedia, *crossmedia* y transmedia.

Narrativas	Multimedia	<i>Crossmedia</i>	Transmedia
<b>Relato</b>	Uno solo, adaptado a los diversos soportes y plataformas.	Relato unitario, integrado, fragmentado en los diversos soportes y plataformas.	Relatos con independencia narrativa y sentido completo, interrelacionados en un relato global.
<b>Medios</b>	Tradicionales y digitales.	Tradicionales y digitales integradas.	Tradicionales y digitales integradas.
<b>Receptores</b>	Espectadores.	Participación interactiva.	Participación interactiva e intervención en los contenidos.

Fuente: Atarama-Rojas; Castañeda-Purizaga y Frías-Oliva (2017, p. 83).

En el caso de la inserción del transmedia para procesos de aprendizaje, Scolari y Establés (2017) indican que «las narrativas transmedia, más que crear un relato lineal, proponen mundos narrativos, *storyworlds*, que abarcan diferentes medios/plataformas y experiencias de producción/consumo» (p. 1017). Cuando se aplican las narrativas transmedia en los procesos educativos se identifica que tanto docentes como estudiantes logran desarrollar diversos roles, y eso vuelve más significativa esta

experiencia, que no se cierra solo al espacio físico del aula de clases, sino que explora todas las opciones mediáticas (Anguita Martínez et al., 2018).

Para la exploración del proceso de generación de contenidos se pueden tomar en cuenta los niveles para el desarrollo de experiencias (Figura 1) propuesto por Montoya-Bermudez y Vásquez-Arias (2018), en la que se establecen cuatro etapas dentro de la etapa de planeación.

Figura 1. Niveles para el desarrollo de experiencias transmedia.



Fuente: Montoya-Bermúdez y Vásquez-Arias, 2018 (elaboración propia)

Construir contenidos para difundir temáticas patrimoniales y que formen parte de una estrategia educativa es una opción viable con el apoyo de las nuevas ecologías dentro del ecosistema mediático y su extensión en el ecosistema educativo. Sólo se requiere tener en claro los objetivos para el desarrollo de proyectos de esta naturaleza, que en su mayoría ofertan espacios para el diálogo, construcción y fortalecimiento de la identidad social a la que pertenecen. Ballart y Tresserras (2005) afirman que «el patrimonio no tiene sentido al margen de la sociedad» (p. 7), porque su significación depende de las personas y las representaciones que estos proyecten en relación con su experiencia vivencial, sea a nivel material o inmaterial del patrimonio que lo rodea. Esta interacción puede permitir la adaptación de nuevos modelos interpretativos, comunicativos y educativos (Maldonado, 2017).

Un ejemplo de ello es la serie española *El ministerio del tiempo*, desarrollada por el laboratorio de RTVE, que ha presentado una multiplicidad de productos mediáticos y su efecto ha permitido la realización de un buen número de análisis acerca de la producción de historias de transmedia; así mismo, ha inspirado a la formulación de estrategias narrativas en bien del ámbito de la cultura y el patrimonio, inspirando también a otros proyectos narrativos de ficción, periodismo e incluso a los educativos como el caso de Orotopía.

### 2.3. Orotopía: Proyecto de patrimonio cultural en Ecuador

La interculturalidad incluida en la educación patrimonial dentro de la currícula de los procesos formales y no formales, permiten al ser humano explorar los espacios de su identidad cultural. Además, se tiene en cuenta que la promoción y difusión cultural se encuentran establecidas como políticas públicas de diversos gobiernos, que han identificado la necesidad de establecer espacios formativos para la participación ciudadana y, a su vez, trabajar en propuestas interculturales dentro del «marco de la diversidad, la memoria y la autenticidad» (Álvarez-Moreno y Vásquez-Carvajal, p. 486).

Como elemento de estudio en el caso de la incorporación del transmedia dentro de la educación en temas de patrimonio, se escoge el proyecto ecuatoriano Orotopía, surgido como propuesta de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Machala (UTMACH), su punto de ejecución se efectuó entre el 2015-2020 dentro del territorio de la provincia de El Oro, específicamente en los cantones: Machala, Pasaje, Las Lajas, Chilla y Santa Rosa. Este proyecto es del área de Vinculación con la sociedad, su finalidad es que los estudiantes de pregrado puedan fortalecer sus habilidades profesionales mediante la generación de propuestas para diversas problemáticas. Esto lo realizan de manera experimental con la guía de los catedráticos de su carrera. Las actividades realizadas han sido validadas por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC) y ejecutadas directamente dentro de la zona de intervención con el apoyo de centros educativos, medios de comunicación y plataformas digitales oficiales (Iñiguez, Quezada y Tusa, 2021).

Orotopía trabajó con estudiantes de las siguientes carreras: Comunicación Social, Turismo, Ingeniería Civil, Ingeniería en Sistemas, Artes Plásticas, Educación Parvularia, Sociología y Ciencias Experimentales. Según la investigación de Quezada et al. (2018), el objetivo principal era la «incorporación del patrimonio cultural en la gestión del desarrollo local mediante la difusión de recursos educomunicacionales» (p.28).

### 3. Metodología

La investigación es descriptiva, se basa en la metodología cualitativa (Hérmendez Sampieri et al., 2010), aplicando la revisión bibliográfica de los informes del proyecto y con la entrevista al gestor del proyecto se procede a la identificación de la potencialidad educativa de los productos transmedia aplicados para la difusión del patrimonio cultural.

#### 3.1. Herramientas de investigación

Mediante la técnica de la entrevista aplicada a docentes y estudiantes que intervinieron en el proyecto, se verifican las potencialidades profesionales desarrolladas en los estudiantes de Comunicación Social. Finalmente, para complementar el estudio, se procede a realizar un análisis de etnografía digital para evidenciar el tema de ejecución de las estrategias de narrativa transmedia e interacción del público en las plataformas oficiales del proyecto durante el periodo 2017 al 2020.

Revisión bibliográfica: Esta técnica permite la revisión teórica de nomenclatura científica relacionada al tema de investigación. Con el desarrollo de esta se pueden evidenciar las tendencias de los expertos del área, ayuda a la comprensión del entorno que rodea al proceso de producción transmedia y la aplicación de la ecología de los medios en actividades áulicas. También permite recopilar informes originales del proyecto Orotopía, y debido a que estos datos no son de libre acceso se tuvo que solicitar el debido permiso al gestor del equipo; esta información, que es de carácter oficial, permite que lo presentado en este artículo sirva de exposición de un proyecto académico avalado por la comunidad universitaria de la UTMACH.

Entrevista a expertos: Al referirse a los expertos, se trata de los principales actores que conformaron Orotopía, en este caso se refiere a docentes que tuvieron la responsabilidad en la asesoría de las actividades que ejecutaban los estudiantes de comunicación debido a que en su responsabilidad cabía la aprobación de cada fase de trabajo. En función de la experimentación ejecutada en la generación del transmedia, se entrevista también a un grupo de estudiantes que cumplieron sus horas de vinculación social e inclusive sus temas de titulación se relacionaron al *transmedia* o *croosmedia*. Así mismo se procede a conversar con el Arquitecto Marco Ortega, experto en Patrimonio Cultural y exdirector Zonal del INPC, para que aporte con su punto de vista institucional, dado que fue una pieza fundamental para que el proyecto tenga el aval de ejecución.

Etnografía digital: La revisión general de los micro proyectos que formaron parte de todo Orotopía era necesario realizarlo desde su aplicación en las redes, esto permite la identificación de las estrategias ejecutadas por los estudiantes; también sirve para verificar la cantidad de productos generados durante las diversas fases de ejecución. Finalmente, se logra identificar *ítems* relacionados a la cromática, áreas narrativas, plataformas aplicadas y tener un contacto directo con la producción estudiantil.

Estas técnicas en general son la fuente de la investigación, porque permiten que el investigador se introduzca en el Universo Orotopía y aprenda lo que se puede fortalecer en el futuro para un tema de similar convergencia: patrimonio + educación + cultura + medios.

Objetivo de la investigación: Analizar la aplicación de la narrativa transmedia dentro del proyecto Orotopía para la difusión mediática del patrimonio cultural oreense.

Análisis de datos: Los datos relacionados con los aspectos de análisis para la producción de narrativa digital de Orotopía se recogen de los informes y de las plataformas oficiales del proyecto. Para esto, en la Tabla 2 se aplican los principios de Jenkins (2009) y Scolari (2015) para la identificación de las variables de estudio de esta propuesta mediática.

Tabla 2.

Herramientas de estudio de la narrativa transmedia.

<b>Medios y plataformas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formatos, dispositivos.</li> <li>• Cualidades del medio para potenciar la pieza según el público al que va dirigido.</li> <li>• Cantidad de seguidores o <i>fans</i> en las plataformas oficiales.</li> </ul>
<b>Dispersión narrativa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo de modalidad (Ficción, educativa, periodística)</li> <li>• Cantidad de piezas.</li> <li>• Elaborado por equipo oficial del proyecto o fans.</li> <li>• Tipo de contenido a presentar</li> <li>• Orden cronológico de piezas transmedia.</li> <li>• Autonomía del relato de la pieza dentro de su universo.</li> </ul>
<b>Expansión narrativa</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Acceso expandido</li> <li>2. Contenido adaptado</li> <li>3. Contenido expandido</li> <li>4. Productos generados de la marca</li> <li>5. Actividades relacionadas</li> <li>6. Interacción social</li> <li>7. Interactividad</li> </ol>

Fuente: Jenkins (2009) & Scolari (2015).

Para la identificación de las estrategias aplicadas en la fase de dispersión narrativa, se tiene en cuenta la clasificación propuesta por Cabezuelo-Lorenz et al. (2020), la misma que divide las categorías en las producciones que son basadas en el tiempo, espacio, personajes y en la acción (Tabla 3). Estas han sido ampliamente utilizadas dentro del área de la ficción al momento de generar películas o series; el interés es revisar si el equipo de Orotopía tomó en cuenta estas opciones para la propuesta de su universo narrativo.

Tabla 3.  
Estrategias de dispersión narrativa transmedia

Código	Categoría de estrategia transmedia	Subcategoría
EBeT	Estrategias basadas en el tiempo	BeT 1.- Precuelas.
		BeT 2.- Secuelas
		BeT 3.- Paraelipsis
		BeT 4.- Elipsis
		BeT 5.- Analepsis
		BeT 6.- Prolepsis
		BeT 7.- Historias intersticiales
		BeT 8.- Spin-off
EBeE	Estrategias basadas en el espacio	BeE 1.- Mediante nuevas localizaciones
		BeE 2.- Mediante la profundización en localizaciones ya introducidas.
EBeP	Estrategias basadas en los personajes	BeP 1.- Nuevos personajes o introducción de personajes que no han aparecido hasta ese momento, aunque hayan sido nombrados en otros relatos.
		BeP 2.- Profundización en personajes ya introducidos.
EBeA	Estrategias basadas en la acción	BeA 1.- Mediante nuevas tramas o creación de nuevas partes de la historia.
		BeA 2.- Mediante la profundización en tramas ya existentes.

Fuente: Cabezuelo-Lorenz et al. (2020).

### 3. Resultados

#### 3.1. Proceso de planificación de contenidos transmedia en función del patrimonio cultural

A raíz de las entrevistas, análisis de documentos y *focus group* realizado a los participantes de Orotopía, se encuentra que en primera instancia toda la gestión estuvo a cargo del catedrático Gabriel Iñiguez, docente de la asignatura de EcoComunicación (Ecología de los medios), quien laboró de manera conjunta con cinco docentes de la carrera de Comunicación Social, «la responsabilidad del cuerpo académico era organizar, planificar, dirigir, supervisar y aprobar las actividades desarrolladas por un promedio total de 100 estudiantes que cursaban la carrera de Comunicación Social» (Iñiguez, 2021).

En base al informe final presentado por Orotopía al departamento de Vinculación con la Sociedad y Prácticas Preprofesionales de la UTMACH, se encuentra que las actividades se organizaron en tres fases

operativas en las que intervinieron los estudiantes a fin de cumplir con sus 160 horas de vinculación<sup>1</sup> social. A continuación, se detallan las fases generales del proyecto dentro del componente denominado *Comunicación* (Tabla 4):

Tabla 4.  
Fases del proyecto Orotopía componente Comunicación.

Fase	Periodo	Detalle
Investigación	2015 - 2016	Levantamiento de información general del proyecto para organización del núcleo central o eje que dirigiría todo el proyecto a causa de la poca información oficial relacionada con el patrimonio cultural oreense.
Experimentación de medios digitales	2016 - 2017	Definición de productos periodísticos a generarse a partir de la información recopilada, se decide empezar a utilizar los medios digitales.
Aplicación de <i>Crossmedia</i> y transmedia	2017 - 2020	Se identifica que las narrativas digitales pueden ser enriquecidas si se aplica un estilo basado en los principios del <i>Crossmedia</i> y del Transmedia, para ello se organizan microproyectos que serían interdependientes entre ellos, pero con un tiempo de vigencia por cada uno de ellos.

Fuente(s): Informe final del proyecto Orotopía (2021). Elaboración propia.

La propuesta de Orotopía se basó en brindar espacios en beneficio de la identidad cultural oreense, debido a la incipiente información oficial del patrimonio local de este territorio. Para ello, en conjunto con el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC) Zona 07, se procedió a la capacitación de docentes y estudiantes participantes del proyecto en temas de patrimonio, levantamiento de información patrimonial y técnicas de cuidado de los bienes patrimoniales según lo manifestó el exdirector del INPC Zona 07 (Ortega, 2021).

En la parte operativa para la generación de contenidos periodísticos se utiliza la información recopilada por los estudiantes dentro de la fase de investigación, se procede a la conformación de equipos: redes sociales, audiovisuales, radio, prensa, educomunicación y logística. Los mismos que se encargarían de todo el proceso de producción y difusión de contenidos patrimoniales. En la fase denominada «experimentación, es cuando se decide por parte del grupo de catedráticos insertar al transmedia como estilo narrativo del proyecto y para ello se opta por utilizar los principios de la ecología de los medios promulgados por Carlos Scolari» (Iñiguez, 2021).

<sup>1</sup> La vinculación social, junto con la Academia y la Investigación dentro del Ecuador, forma parte de las funciones sustantivas de una Institución de Educación Superior (IES). Es una actividad obligatoria para todos los estudiantes de estas IES, la deben desarrollar como requisito previo a su titulación, y para su ejecución se organizan proyectos que permitan atender las necesidades de la comunidad en general.

Figura 2. Fases de generación y difusión de narrativas transmedia Orotopía.



Fuente: Informe proyecto Orotopía (2021) (elaboración propia).

Dentro de la planificación de tareas para la vinculación social, los docentes debían coordinar con los estudiantes el proceso de la experiencia transmedia (Figura 2), se organizan las fases de generación y difusión transmedia. Para esto, los estudiantes se dividieron en subgrupos de trabajo, en los que también aportaban con sus ideas para escoger las propuestas que estarían dentro de la producción de contenidos patrimoniales; dentro de la construcción narrativa del proyecto, se fijó como público objetivo a la población oreense que comprendiera su rango de edad entre los seis hasta los 60 años; por esta razón, se generan una serie de micro proyectos que utilizan una variedad de medios o plataformas de comunicación.

Se trata de dar apertura al público a diversas opciones narrativas periodísticas y de carácter educativo cultura; por ello, se busca el apoyo de centros educativos para la puesta en escena de los relatos dirigidos a los niños que estuvieran cursando su etapa escolar. Mientras con los espacios cedidos por la prensa y radios locales se llegaba a la población adulta que lee el periódico, se busca también llegar a los *millennials* mediante las redes sociales.

Los jefes de equipo, junto a los docentes, escogen tres mundos narrativos (Figura 3) para Orotopía: «Rostros» (personajes icónicos, profesiones, oficios); «Magia» (historias, leyendas, tradición oral, medicina ancestral); y «Encanto» (lugares turísticos, gastronomía, fiestas y juegos tradicionales).

Figura 3. Ejes narrativos de Orotopía.



Fuente: Informe proyecto Orotopía (2021)

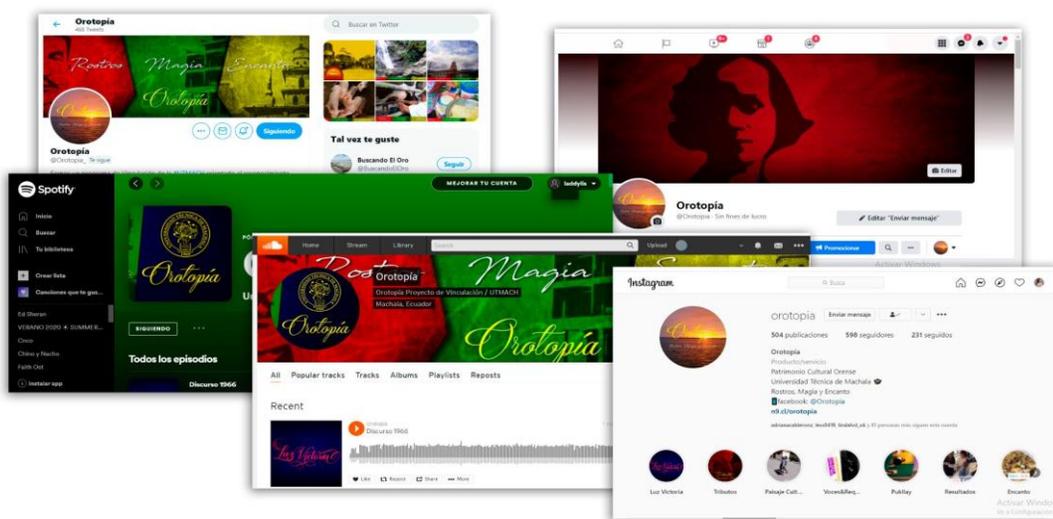
Además, se definieron los aspectos cromáticos para acompañar a los mundos narrativos:

- «Rostros»: Se representa con el significado del color rojo (pasión, amor y entrega).
- «Magia»: Utiliza el color verde para reflejar el hecho de que la provincia de El Oro es mayormente productora agrícola y también evoca la esperanza de alcanzar una vida de calidad.
- «Encanto»: Se escogió el amarillo para demostrar la riqueza aurífera, abundancia productiva y la valentía del orense.

### 3.2. Plataformas de dispersión narrativa: difusión Orotopía

La aplicación del transmedia es una nueva opción que se explora dentro del área periodística y educativa a nivel de patrimonio cultural local; por lo tanto, esta experiencia se vuelve prometedora con miras al futuro de un desarrollo de industrias culturales locales y para el fortalecimiento de procesos de identidad cultural local. Para la ejecución del *storytelling*, que integraría el mundo narrativo de Orotopía, se seleccionan las plataformas mediáticas oficiales (Figura 4) en las que los estudiantes desarrollarían sus propuestas, estas a su vez llevarían un proceso de control y ajuste según vayan surgiendo requerimientos de la comunidad o del INPC.

Figura 4. Plataformas oficiales de Orotopía



Fuente: Plataformas oficiales de Orotopía (2021) (elaboración propia).

Las plataformas oficiales (Tabla 5) se extendieron según la evolución del proyecto, iniciando con cuentas oficiales en Facebook para el lanzamiento *en vivo* de los reportajes, programas de televisión y documentales. La red social Twitter se aplica para temas más institucionales que realizan en conjunto con las entidades que las entidades estatales o privadas que se relacionan con el proyecto. También se realizaron audio leyendas para las radios locales (privadas y públicas), se decide insertar también a Spotify junto con el Sound Cloud para la difusión de *podcast*. Además, se trabaja en conjunto el desarrollo de la web del proyecto, la que contenía zonas de descargas de material educativo, mapas de ubicación de los sitios patrimoniales orenses, fichas técnicas, galería de las colecciones fotográficas y productos radiales; esta página estuvo disponible hasta el 2020 (Iñiguez, 2021).

Tabla 5.

Plataformas mediáticas oficiales de Orotopía

Plataforma	Naming	Fans	Cualidades del medio
Facebook	@Orotopia	2.130	Posibilita llegar a una gran cantidad de público, su soporte para realizar en vivo lo vuelve interesante porque la mayoría de los medios locales son digitales.
Instagram	@orotopia	600	Al ser una plataforma que permite interactuar a través de las historias, también la calidad fotográfica es interesante para compartir las narrativas a un público más joven. Teniendo en cuenta que la parte turística y gastronomía funciona bien con las galerías de Instagram. En ese tiempo no existían los <i>reels</i> .
Twitter	@Orotopia_	140	Al tratarse de un proyecto institucional que trabaja de manera relacionada con varios estamentos del estado y sector privado. Esta red permite utilizar el espacio formal del <i>microblogging</i> para informar datos más técnicos y extender la historia de cada microproyecto.
Youtube	Orotopía	85	Al ser una plataforma que prima el video, las video clases, se pretende usar para presentar información relevante de reportajes y recurso educativo infantil.
Flickr	Orotopía UTMACH	0	Se organiza este perfil para sincronizar a través de Código QR la galería digital con las exposiciones de muestras itinerantes que se desplazan dentro del territorio oreense. Así el visitante puede obtener más información de las fotografías. A su vez se <i>linkea</i> con la web del proyecto.
Soundcloud	Orotopía	6	Se subieron a esta plataforma varios materiales producidos para enviar a radios y otros contenidos similares a Podcast. Su fin era que se puedan utilizar como contenido extendido para la web oficial y ser materiales de apoyo educativo cultural dirigido a centros educativos locales.
Radio FM	Varias	-	Las cápsulas radiales producidas para entregar a las radios locales de frecuencia abierta y Radio UTMACH (Universitaria), se las utiliza por ser un medio de apertura pública. También forma parte del convenio de vinculación social con varios medios locales.
Spotify	Orotopía	-	Similar a SoundCloud.
Web	<a href="http://www.orotopia.org">www.orotopia.org</a>	-	La finalidad es de generar una plataforma que permita la consulta de información, descarga de fichas de registro patrimonial, material educativo.

Fuente: Informe proyecto Orotopía (2021) (elaboración propia).

Finalmente se identifica en el informe final del proyecto presentado en mayo de 2021 que algunas plataformas no cuentan con una gran cantidad de seguidores suscritos. Esto se debería a que los temas educativos culturales locales requieren un trabajo a largo plazo y este fenómeno se repite en varios resultados de proyectos de difusión cultural frente a los contenidos viralizados de entretenimiento o noticias falsas (Quezada-Tello y Longhi-Heredia, 2021).

Tabla 6.  
Dispersión narrativa Orotopía

Plataforma	Tipo de modalidad	Tipo de contenidos	Productos
Facebook	Educativa, Periodística	Fotografía, videos, ilustraciones, en vivo, anuncios, frases, mapas, memes.	300 publicaciones
Instagram	Periodística	Fotografía, videos, ilustraciones, anuncios.	450 publicaciones
Twitter	Periodística	Fotografía, anuncios.	400 publicaciones
Youtube	Educativa, Periodística	Videos, Reportajes	43 videos
Flickr	Periodística	Galería fotográfica	74 fotografías
Soundcloud	Educativa, Periodística	Cápsulas radiales, microcápsulas.	70 tracks
Radio FM	Educativa, Periodística	Microcápsulas.	40 cápsulas
Spotify	Educativa, Periodística	Cápsulas radiales, microcápsulas.	50 tracks
Web	Educativa	Fichas de patrimonio, pdf descargable de leyendas, audios, videos.	1 web

Fuente: Informe y plataformas del proyecto Orotopía (2021) (elaboración propia).

Tomando las variables (Tabla 2) propuestas por Jenkins (2009) y Scolari (2015), se identifica que la modalidad para dispersión de los productos narrativos de Orotopía efectivamente se basa en las áreas educativas y periodísticas. Teniendo en cuenta que su principal objetivo es el de brindar a la población oreense productos que resalten su identidad cultural local, por esta razón entre los contenidos resaltan las actividades en redes sociales debido que dentro de la provincia de El Oro no existe un canal televisivo local; siendo los canales de Guayaquil los que ofertan su programación a esta zona. Por esta razón, en los últimos años han aparecido varios canales digitales locales en Facebook, los que tratan de cubrir la necesidad de cobertura periodística local y se encargaron de transmitir los productos audiovisuales de patrimonio cultural desarrollados por los estudiantes, además de los que salían en la plataforma oficial del proyecto.

### **3.3. Estrategias de expansión narrativa: Universo Narrativo Orotopía**

La estrategia de expansión narrativa aplicada en un proyecto transmedia marca el ritmo de lo que se decide dilatar de la trama original del relato, ejemplo de ello es la decisión de incluir nuevos personajes, la

adaptación de la historia a un nuevo ambiente, el hacer una precuela<sup>2</sup> que incluya el origen de un elemento relevante de la historia o profundizar en aspectos de las locaciones en las que se desenvuelven los personajes, etcétera, esto es fundamental dentro de la planificación y gestión del *storytelling*.

Tabla 7.  
Estrategias de expansión narrativa de Orotopía.

Micro proyecto	Estrategia de expansión	Subcategoría	Equipo oficial
Ferrocarril del Oro	Estrategias basadas en la acción (EBeA)	BeA 1.- Mediante nuevas tramas o creación de nuevas partes de la historia.	Equipo de producción Orotopía
Paisajes culturales de las parroquias rurales de la Provincia de El Oro	Estrategias basadas en la acción (EBeA)	BeA 1.- Mediante nuevas tramas o creación de nuevas partes de la historia.	Equipo de producción Orotopía
La Magia del Tren	Estrategias basadas en los personajes (EBeP)	BeP 2.- Profundización en personajes ya introducidos.	Stefany Pezantes - Semillero de investigación / titulación
Sabor a Cacao	Estrategias basadas en el espacio (EBeE)	BeE 2.- Mediante la profundización en localizaciones ya introducidas.	Flor Salcedo - Semillero de investigación / titulación
Paisajes culturales de la Provincia de El Oro	Estrategias basadas en el espacio (EBeE)	BeE 2.- Mediante la profundización en localizaciones ya introducidas.	Darwin Palacios - Semillero de investigación / titulación
Luz Victoria	Estrategias basadas en la acción (EBeA)	BeA 1.- Mediante nuevas tramas o creación de nuevas partes de la historia.	Andrea Castro, Evelyn Cedeño / Titulación

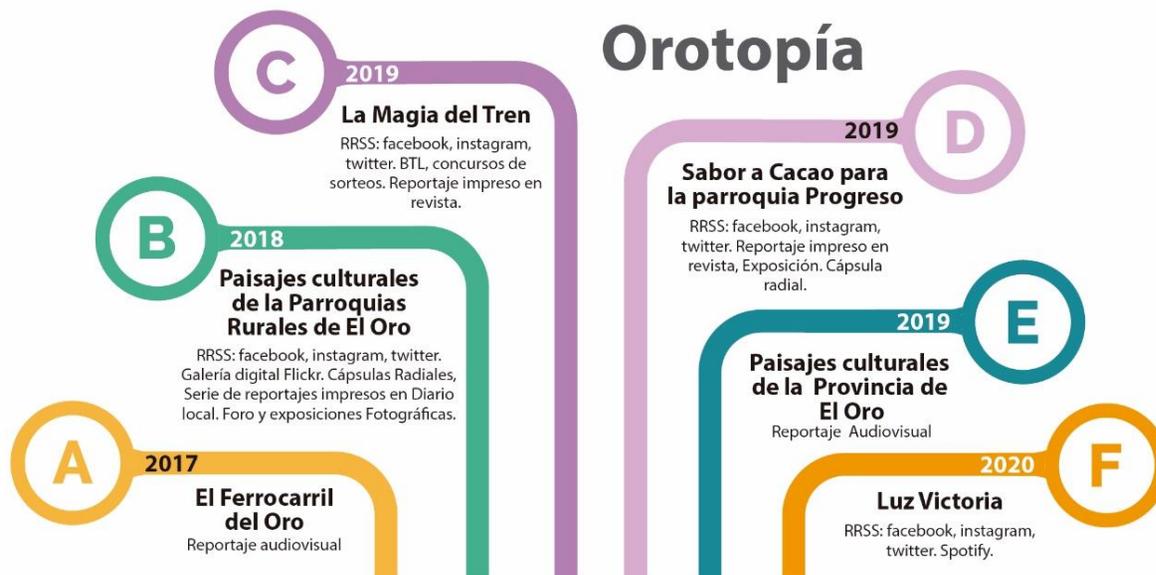
Fuente: Informe del proyecto Orotopía (2021) (elaboración propia).

En función a las estrategias de expansión, las que resaltan son las con base en la acción (EbeA), porque decidieron ampliar un nuevo espacio de los contenidos que venían presentando a un inicio en las plataformas oficiales, entre las estrategias más utilizadas se encuentran las basadas en los personajes (EbeP) para cubrir los *items* de «Rostros» junto con el de «Magia», finalmente las basadas en el espacio (EbeE) para reflejar la parte de «Encanto» y de esta manera se cubren los mundos narrativos de Orotopía.

En este apartado se debe tener en cuenta que este proceso fue un laboratorio experimental para los estudiantes, en el que ellos generaban sus propuestas para luego aplicarlas en un escenario real, y la migración a diversas estrategias se basa justamente en la búsqueda de enriquecer el proceso de construir estas narrativas de tipo patrimonial. Durante el periodo de 2015–2017 se encuentra que la información difundida en las páginas se relacionaba a *post* de medicina ancestral, gastronomía, música tradicional, pero sin utilizar estrategias de estilo transmedia. El universo Orotopía se empieza a generar a mediados del 2017, a continuación, se detallan los seis micro proyectos (Figura 5) que lo conformaron:

<sup>2</sup> Se refiere a una obra literaria o audiovisual creada posteriormente a un relato de referencia y evoca hechos anteriores a la acción que fue publicada en primer lugar. Ejemplo: las películas de *Animales fantásticos: el secreto de Dumbledore* que se basa en la obra de *Harry Potter*.

Figura 5.  
Universo narrativo de Orotopía.



Fuente: Proyecto Orotopía (2021) (elaboración propia).

### 3.3.1 Ferrocarril del Oro y la Magia del Tren

El reportaje audiovisual denominado *El ferrocarril del Oro* fue difundido en el segundo semestre del 2017, el equipo de producción conformado por cinco personas aplicó la estrategia BeA 1.- Mediante nuevas tramas o creación de nuevas partes de la historia, cubría el pasado ferroviario orense y su legado en el desarrollo productivo-social de la provincia. Se rodó en los principales puntos en donde antiguamente existieron estaciones de tren, como el caso de los cantones de Piñas (cordillera orense) donde provenía la carga de oro hasta la parte costera de Pto. Bolívar-Machala (capital provincial), también se incluyen relatos de historiadores que describen la importancia histórica de esta ruta comercial, la misma que fue desapareciendo a medida que se abrían las vías para transporte terrestre, según manifiesta Crithian Rivera (2017), quién coordinó la producción de este audiovisual.

En el 2019 se toma nuevamente al ferrocarril para generar una extensión narrativa bajo el nombre de *La Magia del Tren*, producida como parte de la tesis de grado de Stefany Pezantes, quien aplica la estrategia (BeP 2.- Profundización en personajes ya introducidos), teniendo como personaje principal al ferrocarril del Oro. En esta ocasión se aplican una serie de actividades de marketing digital por el lapso de dos semanas en la plataforma oficial de Orotopía en Instagram, se incluye el sorteo de premios para quienes sigan todo el relato publicado en los *history* de la cuenta. Se generan alianzas con restaurantes locales, en los que se ubican *habladores* vinculados con códigos QR a las redes sociales, se complementa esta acción con una serie de publicaciones en las redes sociales de Facebook y Twitter (Figura 6).

Figura 6.

Magia del Tren.



Fuente: Twitter Orotopía (2021). Elaboración: Stefany Pezantes

El principal resultado de este trabajo consistió en comparar el nivel de participación del público cuando existe un premio físico *versus* cuando sólo el reconocimiento por haber acertado a las preguntas del juego de las historias, también se incrementó la cantidad de seguidores en Instagram. Con base a la participación del concurso, se observa que los temas históricos educativos pueden tener más interacción cuando la persona se siente parte de ese relato como fue el caso de los clientes que asistían a los restaurantes que eran puntos participantes de *La Magia del tren*. Finalmente, se cierra el proceso con la publicación de un reportaje en una revista impresa gratuita de circulación local (Pezantes, 2021).

### 3.3.2. Paisajes culturales de las parroquias rurales de la Provincia de El Oro

Entre el 2018 y 2019 se ejecuta el proyecto «Paisajes culturales de las parroquias rurales de la Provincia de El Oro», en este caso con el apoyo del CONAGOPARE se coordina la visita a 17 parroquias ubicadas en los cantones de Pasaje, Machala, Santa Rosa y Las Lajas. Se organiza una pareja de estudiantes para cada sector, su principal responsabilidad es la recopilación de información fotográfica, relatos, identificar las actividades productivas de la zona y para la elaboración narrativa deciden utilizar la estrategia de dispersión narrativa en base a la acción (BeA 1), porque las historias serán nuevas partes de la historia relacionada a la interacción vivencial del hombre con su entorno natural (Figura 7).

Figura 7.

Paisajes culturales de las parroquias rurales.



Fuente: Fanpage Orotopía (2021).

Su difusión se realizó mediante todas las redes sociales del proyecto: Facebook, Twitter, Instagram, Spotify, Flickr y Sound Cloud. Estas plataformas sirvieron para presentar los relatos que describían la vida de los pobladores, sus costumbres, hitos históricos, producción artesanal y sitios con posibilidad para el

ecoturismo. Además, se efectuó la exposición fotográfica de estos paisajes culturales en el Salón de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión, núcleo El Oro, en el Óvalo del Paseo Cultural del cantón Pasaje, en la UTMACH, el Terminal Terrestre de Santa Rosa y en el Terminal de Machala (Iñiguez, 2021). Finalmente, una serie de reportajes fueron publicados en el medio impreso Diario Opinión dentro de la sección de «Interculturalidad»; mientras la Radio UTMACH emitió las cápsulas informativas y educativas de esta producción estudiantil universitaria.

### 3.3.3. Sabor a Cacao

En el 2019 el micro proyecto *Sabor a Cacao* desarrollado por Flor Salcedo se presenta como una extensión de los *Paisajes culturales*, de esta producción se desprende una cápsula radial que se gana en el concurso de Radio Francia (Ecuador), cuya finalidad es promover el periodismo independiente y la producción intercultural. Para el caso de *Sabor a Cacao*, se aplica la estrategia BeE 2.- Mediante la profundización en localizaciones ya introducidas.

Los relatos narrativos fueron dirigidos para RRSS, se introduce la opción de visión 360° (Figura 8) para mostrar puntos geográficos relacionados a la producción cacaotera, se complementaba con una serie de cápsulas radiales informativas, un reportaje en una revista local en el que se describía la relación de los habitantes del pueblo El Progreso con el proceso de producción del cacao artesanal para consumo local y exportación internacional. Finalmente, se generó un punto informativo en la ciudad de Pasaje, allí se expusieron los principales productos derivados del cacao, teniendo en cuenta que esta fruta es la principal fuente de ingresos económicos de El Progreso (Salcedo, 2021).

Figura 8.  
Con sabor a Cacao 360°

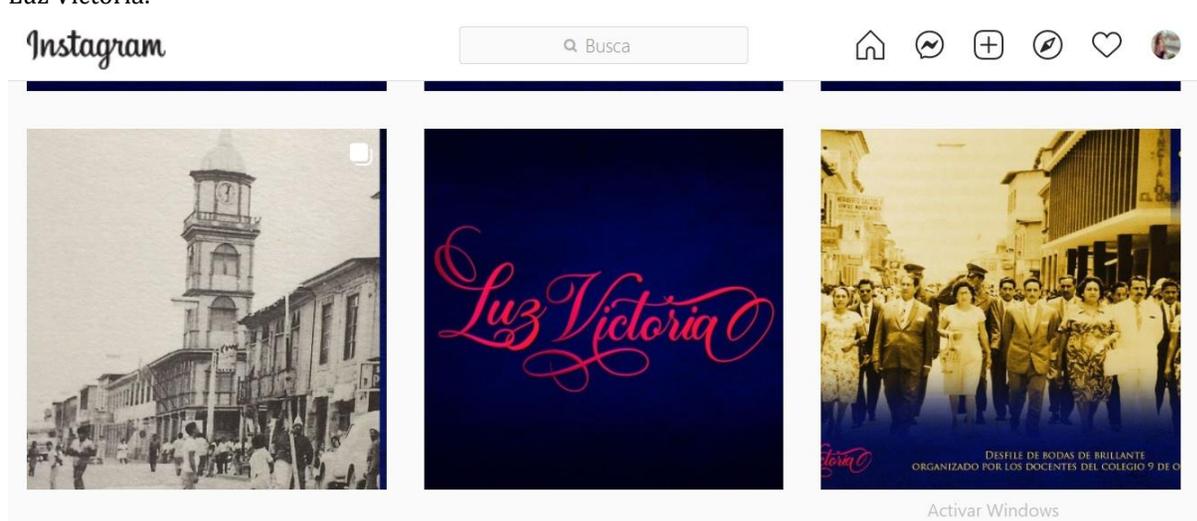


Fuente: Fanpage Orotopía (2021). Elaboración: Flor Salcedo

### 3.4.4 Luz Victoria

Finalmente, la dupla de estudiantes Andrea Pereira y Evelyn García desarrollan el tema *Luz Victoria*, que relata la historia de uno de los personajes emblemáticos de la provincia, la profesora Luz Victoria Ribero de Mora (Figura 9), quién se convirtió en la primera mujer alcaldesa en la provincia de El Oro. Es la primera ocasión que se trabaja en las narrativas de un personaje público, se produjo el reportaje audiovisual de su legado dentro de la educación orense, también se difundieron una serie de contenidos para las redes sociales y, finalmente, un podcast para Spotify. En este caso, se aplicó la estrategia utilizada fue BeA 1. Mediante nuevas tramas o creación de nuevas partes de la historia.

Figura 9.  
Luz Victoria.



Fuente: Instagram Orotopía (2021). Elaboración: Andrea Pereira y Evelyn García

### 3.4 Potencialidades educativas para difusión patrimonial

El universo narrativo del proyecto buscaba cubrir la demanda social de espacios relacionados al patrimonio cultural local, también trataba de dar respuesta a la necesidad de experimentación profesional de los futuros comunicadores sociales de la UTMACH y finalmente se ampara en la Ley Orgánica de Comunicación (LOC, 2013) cuando menciona:

El Estado, a través de las instituciones, autoridades y funcionarios públicos competentes en materia de derechos a la comunicación promoverán medidas de política pública para garantizar la relación intercultural entre las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades; a fin de que éstas produzcan y difundan contenidos que reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes en su propia lengua, con la finalidad de establecer y profundizar progresivamente una comunicación intercultural que valore y respete la diversidad que caracteriza al Estado ecuatoriano. (Art. 14)

Esta promoción de contenidos culturales tiene finalidad educativa, informativa y publicitaria, tomando en cuenta que esto podría extenderse en beneficio de la industria turística y cultural que también se menciona en la perspectiva del *softpower*<sup>3</sup>. Por lo tanto, este proyecto es una base para, desde la academia, ir midiendo el alcance de la aplicación de las narrativas culturales dentro de un territorio geográfico.

Esta experiencia permitió que la carrera de Comunicación Social integre un laboratorio experimental en el que intervinieron las asignaturas de Fotografía, Producción Audiovisual, Comunicación Impresa, Radio, Comunicación Digital, Educomunicación y EcoComunicación. Se plantea como método de trabajo el CreHa (Aprender Creando-Haciendo), que se inspira en el *Thinking Desing* y se unifica a las bases teóricas de la ecología de los medios del que nació el universo transmedia Orotopía. Los frutos académicos fueron relevantes a medida que se entrelazó la producción de relatos periodísticos con fin patrimonial.

Entre los datos recogidos durante la investigación de este tema se encuentra que entre las experiencias más relevantes se encuentran las de las personas que formaron parte de los equipos de producción, gestión y difusión de Orotopía. A continuación, se desglosan algunos de sus comentarios (Tabla 8).

<sup>3</sup> Enfatiza la importancia del poder cultural, se basa en la imagen de un país y su sociedad, el alcance de su diplomacia, sus manifestaciones culturales.

Tabla 8.  
Experiencias del proyecto

Estudiantes	Docentes
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollo de habilidades para gestión de información e investigación.</li> <li>- Aprendizaje al compartir directamente con los pobladores los temas de su cultura, patrimonio mientras se realizaba el proyecto.</li> <li>- El solucionar la necesidad de material periodístico que refleje temas importantes, pero con pocos profesionales dedicados a ello.</li> <li>- Generar los mensajes para las RRSS, los reportajes hicieron que nos sintiéramos «Grandes profesionales», como los que se ven en otras ciudades.</li> <li>- Esto permitirá que experimentemos algo diferente, podamos ampliar nuestros recursos e incluso emprender en Gestión de contenidos para empresas, instituciones o comunidades.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aplicación de las bases de Jenkins y Scolari.</li> <li>- Una oportunidad para unificar las áreas de la investigación, vinculación social y academia.</li> <li>- Trabajar desde una metodología de Crear Haciendo (CREHA) y del Aprendizaje basado en proyectos (APB) ha sido la oportunidad para la generación de una propuesta súper amplia, que servirá de base para nuevos productos periodísticos transmedia dentro de la carrera de Comunicación.</li> <li>- La aplicación del transmedia permite que el estudiante se prepare profesionalmente frente a las necesidades que tiene el entorno en la actualidad.</li> </ul>

Fuente: Entrevistas (elaboración propia).

Orotopía generó de manera sistemática temas relacionados al patrimonio cultural material e inmaterial, teniendo predilección por los intangibles, con la finalidad de conservarlos a través del tiempo, como manifiesta María Isabel Bastidas, coordinadora de la carrera de Turismo y experta en Patrimonio, que formó parte del proyecto, «el orense pensaba que era una persona sin cultura sin patrimonio, cuando en realidad se desconocía que es una amalgama de culturas que provienen del efecto de la migración interna del país debido a la riqueza de este territorio» (Bastidas, 2021).

El proyecto alcanza en el 2019 el reconocimiento nacional del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC) por «Buenas prácticas ciudadanas», al haber desarrollado el registro de los bienes culturales de la provincia, la generación de ordenanzas municipales en beneficio del patrimonio, rutas turísticas para la provincia de El Oro, productos de difusión periodística patrimonial. Además, con el apoyo de la carrera de Educación Inicial y Parvularia se consigue la edición del libro *El Mundo mágico de Orotopía*, que fue entregado a los docentes de Escuelas ubicadas en la ciudad de Machala para realizar un piloto dentro de la currícula educativa con la ayuda de cuentos, canciones infantiles, teatro y obras para títeres escritas por los estudiantes de Educación e inspiradas en el patrimonio cultural local.

También, con los recursos de narrativa generados por los estudiantes de Comunicación se consigue que, de manera conjunta con los alumnos de la carrera de Ciencias Experimentales, se genere un piloto de Museo Virtual, el mismo que se encuentra en espera a causa de la COVID19. Todo el trabajo desplegado por Orotopía en la producción transmedia para beneficio del patrimonio cultural, lo convierte en un proyecto emblemático para el Ecuador, según Ortega (2021), ex director del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural-INPC.

#### 4. Conclusiones

La gestión de un proyecto para la generación de contenidos periodísticos y educativos transmedia basados en patrimonio cultural local, no solo resultó ser posible, sino también adecuado para el desarrollo de las habilidades profesionales de los estudiantes de Comunicación Social – UTMACH. Además, se convirtió en un referente para nuevos proyectos relacionados con el periodismo, el turismo y la educación

patrimonial en función a la preservación de la memoria de los pueblos, porque desde el conocimiento y el análisis crítico de la cultura se pueden obtener las bases para una sociedad más empoderada en la construcción de su futuro.

El enfoque de la metodología CREHA aplicado en conjunto con las estrategias de expansión narrativa, demostraron ser útiles para la conformación de equipos que, a modo laboratorio, desarrollaron las seis propuestas narrativas experimentales. Además, el trabajo colaborativo con los canales digitales de los medios locales, permitió la exposición mediática de una serie de programas culturales que sirvieron de recurso educativo para la localidad, esto permite que se proponga el fortalecimiento de las relaciones entre los medios públicos y privados para los próximos proyectos que se desarrollen dentro de los laboratorios universitarios.

La experimentación de Orotopía benefició las competencias profesionales de los estudiantes de Comunicación Social, no sólo desde la aplicación del transmedia como opción narrativa, sino también en la profundización de su propia identidad cultural, de esta manera se convirtieron en embajadores del patrimonio local y en base a las entrevistas realizadas se encuentra que actualmente utilizan estos conocimientos dentro de sus labores como periodistas, productores de contenido o comunicadores institucionales.

Además, estos productos narrativos han permitido que en la ciudad de Machala en tiempo de pandemia los docentes de cuatro centros educativos de educación básica y un colegio en la sección de bachillerato utilicen estos recursos audiovisuales como material de refuerzo dentro del aprendizaje formal e informal de estudiantes de primaria en las asignaturas de Ciencias Sociales, esto se convierte en un punto de oportunidad para la generación de nuevos proyectos de educación en patrimonio.

En relación con los recursos tecnológicos, se observa que con un equipo digital básico en el que se puede incluir un *smartphone* de alta calidad, micrófonos, juegos de luces, computador, *software* de edición y acceso a internet, se puede montar un laboratorio que produzca un sinnúmero de proyectos comunicacionales. Pero para ello se debe trabajar en un *storytelling* que nazca de un proceso investigativo, armar adecuadas estrategias de difusión, tener alianzas estratégicas con instituciones relacionadas al campo para el que se produce la narrativa y sobre todo verificar que este producto vaya en función al público con quien se desea interactuar.

Finalmente, se requiere de una alfabetidad transmedia dirigida a quienes cumplen con la función académica, de esta manera se pueden desarrollar nuevos espacios de enseñanza-aprendizaje en los que se brinde un efectivo acompañamiento en el proceso de inserción formal a la praxis de educación patrimonial. Si algo nos ha enseñado el uso del transmedia dentro de la industria cultural es que en el desarrollo de sus propuestas se pueden utilizar todas las plataformas mediáticas disponibles para proyectarse entre sus fans; por lo tanto, la educación requiere del transmedia para usar sus estrategias no formales dentro de la formalidad educativa y generar una simbiosis en beneficio de la nueva ecología del aprendizaje que se ve influenciada por la evolución de los medios.

## Referencias

- Aguaded, I. (2016). Estrategias para la edu-comunicación en la sociedad de las tecnologías audiovisuales. En *Tecnologias da educação: tecendo relações entre imaginário, corporeidade e emoções*. Junqueira & Marin Editores.
- Alonso, E. y Murgia, V.A. (2020). Narrativa transmedia pedagógica: etapas, contextos y dimensiones para su inclusión en el aula. *Propuesta Educativa*, 1(53), 99-112. <https://bit.ly/3bPOe6T>
- Álvarez-Moreno, M.A. y Vásquez-Carvajal, S.C. (2015). Radio y cultura: una propuesta de radio ciudadana en Internet. *Palabra Clave*, 18(2), 475-498. DOI: 10.5294/ pacla.2015.18.2.7
- Anguita Martínez, R., De la Iglesia Atienza, L. y García Zamora, E. (2018). Creación de contenidos transmedia en la sociedad hiperconectada. Una etnografía digital con jóvenes universitarios. *Revista Fuentes*, 20(1), 29-41. <https://bit.ly/3qBqFoj>
- Atarama-Rojas, T., Castañeda-Purizaga, L. y Frías-Oliva, L. (2017). Marketing transmedia: Análisis del ecosistema narrativo de la campaña publicitaria Leyes de la amistad de Pilsen Callao. En *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 14, 75-96. Castellón: Asociación para el Desarrollo de la Comunicación adComunica y Universitat Jaume I. DOI: <https://bit.ly/3bPQ6MD>
- Ballart, J. y Tresserras, J. J. (2005). *Gestión del patrimonio cultural*. Ariel.
- Castaño Sánchez, A.X., Ibarra Núñez, M.M. y Torres Mendoza, M. (2020). Comportamiento Mediático y Estrategias de aprendizaje informales en adolescentes ecuatorianos. *Revista Científica*, 5(15), 44-66. <https://bit.ly/3khTd4V>
- Cabezuelo-Lorenzo, F., Miranda-Galbe, J. y Barceló-Sánchez, J.M. (2020). Estrategias de Expansión Narrativa En Proyectos Transmedia De Ficción: El Caso De 'El Ministerio Del Tiempo'. *Irocamm - International Review Of Communication And Marketing Mix*, 2(3), 22-35. <https://bit.ly/3EUBsQJ>
- De Castro Martín, P. y Sánchez-Macías, I. (2019). #Souvenirs1936 Transmedia y procesos de identidad en el aprendizaje de la Guerra Civil Española. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 33(1), 63-82. <https://bit.ly/3D3Ylkw>
- Del Moral, M., Villalustre, L. y Neira, M. (2016). Relatos digitales: activando las competencias comunicativa, narrativa y digital en la formación inicial del profesorado. *Ocnos: Revista de Estudios sobre Lectura*, 15, 22-41. Universidad de Castilla-La Mancha Cuenca.
- González-Sanmamed, M., Estévez, I., Souto-Seijo, A., & Muñoz-Carril, P. (2020). Digital learning ecologies and professional development of university professors [Ecologías digitales de aprendizaje y desarrollo profesional del docente universitario]. *Comunicar*, 62, 9-18. <https://bit.ly/3ywuMFj>
- Grandio-Pérez, M. M. (2016). El transmedia en la enseñanza universitaria. Análisis de las asignaturas de educación mediática en España (2012-2013). *Palabra Clave*, 19(1), 85-104. <https://bit.ly/3h56dJE>
- Han, F., & Ellis, R. (2020). Personalised learning networks in the university blended learning context. [Redes de aprendizaje personalizadas en contextos universitarios de aprendizaje semipresencial]. *Comunicar*, 62, 19-30. <https://bit.ly/3xqOkL4>
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. Editorial McGraw-Hill.
- Iñiguez, G., Quezada, L., & Tusa, F. (2021). Participatory governance of cultural heritage at Ecuador: Orotopía. In *The Future of the Past: Paths towards Participatory Governance for Cultural Heritage* (pp. 27-33). CRC Press.
- Jackson, N. (2013). The concept of learning ecologies. In N. Jackson, & G. Cooper (Eds.), *Lifewide learning, education and personal development e-book* (pp. 1-21). New Publisher. <https://bit.ly/3qjvUeS>
- Jenkins, H. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*. The MIT Press.
- Jenkins, H., Ito, M., & Boyd, D. (2016). *Participatory culture in a networked era: A conversation on youth, learning, commerce, and politics*. Polity Press.

- Longhi-Heredia, S.A., Quezada-Tello, L. L. y Cappello, G. (2021). Estrategias digitales de difusión museística en tiempos del COVID-19. Estudio comparativo entre Ecuador, España y Perú. *Contratexto*, 036, 229-260. <https://bit.ly/32NF2yA>
- Maldonado, S. (2017). Educación patrimonial y redes sociales. De la investigación a la acción: El proyecto Educación Patrimonial. *Pulso: revista de educación*, 40, 97-111. <https://bit.ly/3NpIGRQ>
- Montoya-Bermudez, D. y Vásquez-Arias, M. (2018). Modelos para el diseño de experiencias transmedia en entornos educativos. Exploraciones en torno a The Walking Dead, La Odisea y Tom Sawyer. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 9(1), 197-216. <https://bit.ly/366h2Vu>
- Palacio, L. (2018). Modelos de negocio de los medios digitales: diversificar ingresos para financiar el periodismo. *Cuadernos de periodistas*, 36, 9-22.
- Quezada, L., Lindao, J., Alvarado, M. y Salcedo, F. (2018). Redes 2.0. Narrativa transmedia y patrimonio cultural para el desarrollo social. *Conference Proceedings UTMACH*, 2(1). <https://bit.ly/3hnJwRf>
- Quezada-Tello, L-L. y Longhi-Heredia, S-A. (2021). El transmedia como recurso de difusión patrimonial en Ecuador y Colombia. En J. Sierra, y A. Barrientos (Ed.) *Cosmovisión de la comunicación en redes sociales en la era postdigital* (1033-1054). McGraw Hill España.
- Reinsborough, P., & Canning, D. (2010). *Re: Imagining change: How to use story-based strategy to win campaigns, build movements, and change the world*. Pm Press.
- Rummler, K., Grabensteiner, C., & Schneider-Stingelin, C. (2020). Mobile learning for homework: Emerging cultural practices in the new media ecology. [El aprendizaje móvil en las tareas escolares: Prácticas culturales emergentes en la nueva ecología mediática]. *Comunicar*, 65, 101-110. <https://bit.ly/3xBBM3X>
- Sedeño-Valdellos, A. M. (2021). El Mal Querer como álbum visual: simbología de lo español, apropiación y narrativa transmedia en los videoclips de Rosalía. *Palabra Clave*, 24(2), e2426. <https://bit.ly/3jQkLyP>
- Scolari, C. A. (2015). Ecología de los medios: de la metáfora a la teoría (y más allá). En *Ecología de los medios: entornos, evoluciones e interpretaciones* (pp. 15-44). Gedisa.
- Scolari, C. A. y Establés, M. J. (2017). El Ministerio Transmedia: expansiones narrativas y culturas participativas. *Palabra Clave - Revista de Comunicación*, 20(4), 1008-1041. <https://bit.ly/3hlCA60>
- Scolari, C. A., Lugo Rodríguez, N. y Masanet, M. J. (2019). Educación Transmedia. De los contenidos generados por los usuarios a los contenidos generados por los estudiantes. *Revista Latina De Comunicación Social*, 74, 116-132. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1324>
- Zink, M. E. y Cornelis, S. (2016). Investigadores y patrimonio: una fructífera experiencia. *Revista Conexão UEPG*, 12(3), 374-389. Universidade Estadual de Ponta Grossa Ponta Grossa, Brasil.