



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

NARRATIVA TRANSMEDIA *LA MAGIA DEL TREN*

PEZANTES PRADO STEFANY PAOLA
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MACHALA
2019



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Narrativa Transmedia La Magia del Tren

PEZANTES PRADO STEFANY PAOLA
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MACHALA
2019



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TRABAJO TITULACIÓN
SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIAS PRÁCTICAS DE INVESTIGACIÓN O
INTERVENCIÓN

Narrativa Transmedia La Magia del Tren

PEZANTES PRADO STEFANY PAOLA
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

IÑIGUEZ PARRA GABRIEL ANTONIO

MACHALA, 19 DE SEPTIEMBRE DE 2019

MACHALA
2019

Nota de aceptación:

Quienes suscriben, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado Narrativa Transmedia *La Magia del Tren*, hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.

Sorror

INIGUEZ PARRA GABRIEL ANTONIO

0704423862

TUTOR - ESPECIALISTA 1

Jorge Luis

MAZA CORDOVA JORGE LUIS

0704913540

ESPECIALISTA 2

Ruben Patricio

ZAPATA CHACON RUBEN PATRICIO

1711377067

ESPECIALISTA 3

Machala, 19 de septiembre de 2019

Titulación 2019 D1

INFORME DE ORIGINALIDAD

2%

INDICE DE SIMILITUD

1%

FUENTES DE
INTERNET

0%

PUBLICACIONES

1%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

Ana Lastra. "El poder del prosumidor. Identificación de sus necesidades y repercusión en la producción audiovisual transmedia", Revista ICONO14 Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes, 2016

Publicación

<1%

2

plataformarevistascomunicacion.org

Fuente de Internet

<1%

3

www.citeulike.org

Fuente de Internet

<1%

4

Submitted to University of Durham

Trabajo del estudiante

<1%

5

biblioteca.coqcyt.gob.mx

Fuente de Internet

<1%

6

www.euskadi.net

Fuente de Internet

<1%

7

www.audiologic.uk

Fuente de Internet

<1%

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

La que suscribe, PEZANTES PRADO STEFANY PAOLA, en calidad de autora del siguiente trabajo escrito titulado Narrativa Transmedia <i>La Magia del Tren</i>, otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.


La autora declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

La autora como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 19 de septiembre de 2019



PEZANTES PRADO STEFANY PAOLA
0705938058

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a todo aquel que me brindó su mano, conocimiento, cariño para realizar esta investigación que a mitad del camino se volvió difícil por la falta de alguien muy importante en mi vida, por esa razón dedico todo este esfuerzo a aquel que se quedó a medio camino de esta aventura y se convirtió en el eterno pasajero de la Magia del Tren: mi Padre.

AGRADECIMIENTO.

Solo puedo decir gracias a mi familia, amigos que supieron apoyarme, en especial a ese ser que me motivó a realizar esta investigación, este sueño que era de los dos, agradecer también a ese hermano, amigo y tutor Gabriel Iñiguez por saber guiarme en este camino y no dejar que todo lo que había conseguido se quede a medio camino.

Gracias a todos por no dejarme caer.

RESUMEN EJECUTIVO

NARRATIVA TRANSMEDIA EN EL PATRIMONIO CULTURAL: LA MAGIA DEL TREN

Autora: Stefany Paola Pezantes Prado

Tutor: Lic. Gabriel Antonio Iñiguez Parra

La narrativa *transmedia* es un recurso que en la actualidad se va abriendo paso en diferentes campos de la comunicación, sus horizontes en el presente proyecto “La Magia del Tren” se incluyen en el ámbito de la difusión del patrimonio cultural de la provincia de El Oro. La necesidad de la investigación se basa en el levantamiento de información del proyecto “Orotopía”, el mismo que evidencia el desconocimiento de la población acerca del hito histórico del ferrocarril dentro del territorio orense por la insuficiente existencia de productos comunicacionales en este tema.

La apertura dentro de la Ley de Comunicación en el apartado de interculturalidad permite que desde estas esferas se generen contenidos de apoyo al patrimonio local, según Zink, E. y Cornelis, S. “La responsabilidad para la conservación no es sólo estatal, también se debe involucrar a la sociedad civil, porque la importancia del patrimonio está en su legado, ya que los objetos materiales e inmateriales reciben y transmiten la herencia cultural”(p. 376).

Para realizar esta investigación se utilizaron los métodos de observación, revisión de documentos sobre la historia del patrimonio y narrativa transmedia, entrevista a expertos sobre narrativa acerca de cómo ha sido esta explosión de nuevas plataformas que van integrando y transformando la transmisión de la información. Esta supone una transformación radical en la forma de recepción de la ficción, la persona lectora se convierte en protagonista en ocasiones, o autor en otras, gracias a la interactividad. Por lo tanto, la experiencia de recepción se hace más rica y plural, más profunda y completa. (López, A.; Encabo, E.; Jerez, I. 2011).

En base a esto se genera una propuesta de cómo presentar el patrimonio cultural ferroviario mediante la aplicación del *storytelling* y su posterior medición a través de la interacción del público, comentarios, visualizaciones en la difusión de los contenidos.

Según Scolari (2017), la terminología de Narrativas Transmedia NT fue introducida por Henry Jenkins en un artículo publicado en *Technology Review* en el 2003, en el cual afirmaba que <<hemos entrado en una nueva era de convergencia de medios que vuelve inevitable el flujo de contenidos a través de múltiples canales>>.

La utilización de estas plataformas por parte de muchas empresas ha generado que se incrementen las acciones de estadísticas en las cuentas para facilitar el tema de seguimiento a las respuestas, interacciones, comentarios de los seguidores que estas poseen. En este sentido se ha permitido validar el hecho que en la actualidad los escenarios digitales son los más utilizados por la población para mantener la comunicación con sus similares e informarse de las situaciones que suceden en la sociedad.

Como parte final se encuentra el incremento del interés por parte de los medios locales y la universidad en generar espacios para la difusión de contenido intercultural, patrimonial, cultural que fortalezcan la identidad de los pueblos; así mismo, lo ven como una oportunidad de generación de riqueza local tanto a nivel social, económico, productivo tal y como en su tiempo la llegada del ferrocarril lo hizo en este mismo territorio.

Palabras clave: *Patrimonio cultural, narrativa transmedia, comunicación, prosumidor. Patrimonio ferroviario.*

ABSTRACT

TRANSMEDIA NARRATIVE IN CULTURAL HERITAGE: THE MAGIC OF THE TRAIN

Author: Stefany Paola Pezantes Prado

Tutor: Lic. Gabriel Antonio Iñiguez Parra

The transmedia narrative is a resource that is currently making its way into different fields of communication, its horizons in the present project "The Magic of the Train" are included in the scope of the dissemination of cultural heritage of the province of El Oro. The need for research is based on the survey of information of the project "Orotopía", the same that evidences the ignorance of the population about the historical milestone of the railroad within the territory of Orense by the insufficient existence of communicational products in this subject.

According to Zink, E. and Cornelis, S. "The responsibility for conservation is not only state, but also civil society must be involved, because the importance of heritage is in its legacy, since material and immaterial objects receive and transmit the cultural heritage" (p. 376).

In order to carry out this research, observation methods were used, review of documents on the history of heritage and transmedia narrative, interviews with experts on narrative about how this explosion of new platforms that integrate and transform the transmission of information has been. This implies a radical transformation in the way fiction is received, with the reader becoming the protagonist at times, or author at others, thanks to interactivity. Therefore, the experience of reception becomes richer and more plural, deeper and more complete. (López, A.; Encabo, E.; Jerez, I. 2011).

Based on this, a proposal is generated on how to present the railway cultural heritage through the application of story telling and its subsequent measurement through the interaction of the public, comments, visualizations in the diffusion of the contents.

According to Scolari (2017), the terminology of Transmedia NT Narratives was introduced by Henry Jenkins in an article published in Technology Review in 2003, in which he stated that <we have entered a new era of media convergence that makes inevitable the flow of content through multiple channels>>.

The use of these platforms by many companies has led to an increase in the number of statistical actions in the accounts to facilitate the issue of tracking the responses, interactions and comments of the followers they have. In this sense, it has been possible to validate the fact that digital scenarios are currently the most used by the population to maintain communication with their peers and be informed of the situations that occur in society.

The final part is the increased interest on the part of the local media and the university in generating spaces for the dissemination of intercultural, heritage, cultural content that strengthen the identity of the people; likewise, they see it as an opportunity to generate local wealth at the social, economic, and productive levels, just as the arrival of the railway in its time did in this same territory.

Keywords: Cultural heritage, transmedia narrative, communication, prosumer. Railway heritage.

INTRODUCCIÓN	8
CAPÍTULO I	10
CONTEXTUALIZACIÓN DE ESTUDIO	10
1.1 Ámbito del estudio: caracterización	10
1.1.1 Planteamiento del Problema	11
1.1.2 Localización del problema objeto de estudio:	11
1.1.3 Problemas complementarios	12
1.2 Hechos de Interés	12
1.3 Objetivos de la investigación.	13
1.3.1 Objetivo general	13
1.3.2 Objetivos secundarios:	13
CAPÍTULO II	14
DIAGNÓSTICO	14
2.1- Concepción Teórica del Diagnóstico	14
2.1.1 Patrimonio Cultural	15
2.1.2 Comunicación digital y el patrimonio	16
2.1.3 La narrativa en el patrimonio cultural	17
2.1.4 La magia del tren	18
2.2- Descripción del ciclo diagnóstico	19
2.3- Técnicas e instrumentos para la diagnosis	19
2.4- Resultados del diagnóstico	20
2.4.1 Análisis de la observación	20
2.4.2 Análisis de entrevista	20
2.4.3 Análisis de entrevista a expertos en narrativa transmedia.	22
CAPÍTULO III	23
PLAN DE ACCIÓN	23
3.1 Identificación de la intervención	23
3.2 Fundamentación teórica de la investigación	23
3.2.1. Narrativa transmedia	23
3.2.2. ¿Quiénes son los prosumidores?	25
3.2.6. Qué es un público	26
3.2.7. Redes sociales	27
3.3 Objetivos de la intervención	27

Objetivos secundarios:	27
3.4 Planes de la intervención	28

INTRODUCCIÓN

“Hemos entrado en una era de convergencia de medios que vuelve inevitable el flujo de contenidos a través de múltiples canales” Henry Jenkins (2003)

En la actualidad los ciudadanos no entienden sobre narrativa transmedia y poseen un escaso conocimiento sobre el patrimonio ferroviario que los rodea, el cual es parte de su historia pero lastimosamente saben poco o nada sobre esto, lo que saben es quizás lo que algún día alguien les comentó en medio de una plática pero no va más allá de eso. Permitiendo al olvido apoderarse de un bien tan grande del pasado de esta tierra orense, con ello condenando al silencio las historias que un día fueron tan relevantes para el desarrollo de la región e incluso en la vida diaria de la gente común, con la última partida del tren se han marchado todo un cúmulo de vivencias que en la actualidad merecen volver a ser conocidas para que no se desvanezcan junto a los rostros de aquellos que ya van partiendo a la eternidad.

Para eso este proyecto propone una forma de cómo presentar el patrimonio tangible a través del ámbito de la comunicación patrimonial, con la mira en aportar a la sostenibilidad de la memoria de este patrimonio ferroviario a través de contenidos comunicacionales transmedia. Esto para que los ciudadanos y visitantes se percatan de este escenario lleno de historias de momentos vividos con anterioridad, retomando el viaje del tren dentro del imaginario de este colectivo que mantiene en letargo a elementos de su cultura por falta de información y estrategias que potencien el patrimonio que se espera visibilizarse, promoverse entre la ciudadanía de nuestra provincia.

En este trabajo se realizará una sistematización de experiencia, en el componente de investigación se utilizaron los métodos de observación, revisión de documentos sobre la historia del patrimonio y narrativa transmedia, entrevista a expertos sobre narrativa acerca de cómo ha sido esta explosión de nuevas plataformas que van integrando y transformando la transmisión de la información. Esta supone una transformación radical en la forma de recepción de la ficción, la persona lectora se convierte en protagonista en ocasiones, o autor en otras, gracias a la interactividad. Por lo tanto, la experiencia de recepción se hace más rica y plural, más profunda y completa. (López, A.; Encabo, E.; Jerez, I. 2011).

Esta investigación está siendo planteada en el campo de las nuevas narrativas audiovisuales tiene como finalidad relacionar la narrativa con el patrimonio cultural estableciendo los medios sociales y digitales para valorar; escoger correctamente qué estrategias aplicar y sean visibles a través de las cuentas con las que se vayan a establecer estos lazos de trabajo. Quedan cordialmente invitados a retomar: *La Magia del Tren*.

CAPÍTULO I

CONTEXTUALIZACIÓN DE ESTUDIO

1.1 Ámbito del estudio: caracterización

Al hablar de patrimonio Cultural se trata de un tema de interés colectivo, que debe ser salvaguardado para la perdurabilidad de estos en el tiempo, en la medida posible que el colectivo humano lo pueda disfrutar dando una valoración a esta herencia entregada por nuestros antepasados y conocer la historia que tiene cada una de ellos. El ser humano tiene la responsabilidad de cuidar y proteger ya que viene a ser parte de sus raíces, cada vez que se habla de este tema delimita un territorio porque está abarcando un conjunto de lugares, hechos y características que dieron lugar a leyendas. Según Pérez y Salinas (2015), las tendencias actuales de la praxis patrimonial pasan por la inevitable reconsideración de los territorios en los que se ubican los bienes culturales. (p.207)

La palabra patrimonio quiere decir préstamo y proviene del latín *patrimonium* que significa “herederos de los padres”, por ello debemos tener en claro no es solo del presente; y deben existir grandes defensores, que no quede solo como si fuera un objeto sin valor pues la significancia de estos dependerá de la importancia que se les brinde.

Mediante esto podemos aplicar la pregunta ¿qué es patrimonio cultural? ¿Porque se está aplicando la narrativa *transmedia* en este tema? “Por patrimonio cultural se entienden: los monumentos: obras arquitectónicas, de escultura o de pintura monumentales, elementos o estructuras de carácter arqueológico, inscripciones, cavernas y grupos de elementos, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia” (UNESCO p. 134). ¿Pero a su vez que es o porque se da esto de las narrativas transmedia? Uno de los fenómenos que emergen con más fuerza dentro de esta tendencia a la conformación de cultura participativas y construcción colectiva es el de las narrativas transmedia (Scolari, 2016).

Patrimonio es un ecosistema, rituales festivos, producción artística y cultural, por esto dentro de ella tenemos un punto: El Patrimonio Ferroviario que viene a ser parte de lo material pero muy importante por ser un sistema de desarrollo que estuvo en apogeo en años anteriores y desapareció por fallos político y económicos, tal como lo manifiesta Urzúa (2015) al referirse al patrimonio ferroviario en Chile desde la perspectiva del artista Gregorio De la Fuente al plasmar en el mural “un abrazo de los pueblos” la manera en cómo este transporte ayudaba la unión de las diferentes regiones permitiendo el crecimiento económico, incluso en la educación porque de esta forma se podría transportar de un lugar a

otro esto es similar a lo que sucedió con el tren en El Oro

Hablar de patrimonio Ferroviario, se refiere al Ferrocarril que existió en la provincia de El Oro, el cual fue creado con la intención de hacerlo trasandino y acortar distancias entre la Costa – Sierra, siendo utilizado para transportar a los tripulantes, llevar mercadería además de ayudar en la industria productiva del momento. En la actualidad la mayoría de las nuevas generaciones desconocen cuál fue el inicio o los precursores de esta creación y cómo estuvo dentro de la historia, el papel que jugó en la vida de las generaciones antepasadas, sus rutas, su aporte en general. El Ferrocarril de El Oro fue una de las Obras más importantes de la provincia y sin duda alguna del Ecuador.

1.1.1 Planteamiento del Problema

En estos momentos, las nuevas generaciones carecen de información ya sea por falta de interés o porque no existe material de calidad para presentar y generar curiosidad o una visualización dentro del entorno acerca de temas patrimoniales. Al respecto, podríamos preguntarnos ¿cómo llegar a ellos sin causar aburrimiento o cómo evitar que ignoren la plataforma donde se encuentra este contenido? En este problema juega mucho el papel de los medios tanto digitales como convencionales para que la persona que esté observando se enganche a ello y siga la secuencia que debe estar trazada de principio a fin. Por tal razón, se han ideado varias estrategias para ser aplicadas a nivel de medios digitales, tradicionales o exposiciones en medios convencionales, por esto las preguntas planteadas fueron:

- ¿Cómo gestionar los contenidos transmediales de Ferrocarriles Orenses en el Cantón Machala y Pasaje?
- ¿Cómo caracterizar adecuadamente la narrativa a utilizarse dentro de la construcción de los contenidos?

1.1.2 Localización del problema objeto de estudio

Este proyecto está orientado en la aplicación de narrativa transmedia teniendo como **propósito enseñar o contar una historia**, historia que por muchos años estuvo olvidada haciendo que sea conocida por pocos e ignorada por muchos. La idea consiste en aplicar productos transmedia dirigidos a la ciudadanía de Pasaje, Machala y Santa Rosa.

Esta planificación fue realizada con el “**único fin de enriquecer el conocimiento de los ciudadanos, se hable del tema y aplicarlo**” en otras ciudades que también estuvieron implicadas en su ruta en la vida de este medio de transporte que aportó en el desarrollo en años anteriores.

1.1.3 Problemas complementarios

- ¿De qué forma se puede generar contenidos sobre el valor patrimonial en la ciudad de Pasaje, Machala y Santa Rosa caso Ferrocarriles de El Oro?
- ¿Cuál es la plataforma más idónea para poder llegar a un público de interés del Cantón Pasaje, Machala y Santa Rosa?
- ¿Cómo gestionar los contenidos patrimoniales de ferrocarriles Orenses en el cantón Pasaje, Machala y Santa Rosa en los públicos de interés?

1.2 Hechos de Interés

Dentro de los hechos de interés se puede indicar, que los inicios para este proyecto parten de la ramificación del documental “Ferrocarril de la Provincia de el Oro”, a la que se le genera una narración transmedia con el sub tema: *La Magia del Tren*. Esta investigación forma parte del proyecto: *Orotopía*, el mismo que nació por parte de los estudiantes de la carrera de Comunicación Social en el año del 2015 con el fin de llegar a los habitantes de la provincia de El Oro, mostrándoles las riquezas que tiene cada uno de los cantones de la geografía orense, todas aquellas historias o leyendas que forman parte de su cultura y permitir la valoración patrimonial de todos los bienes que esta zona posee.

Este proceso investigativo se afianza con la experiencia que los estudiantes fueron generando durante su proceso de vinculación, conformación de semilleros de investigación e incluso dentro de esto se ubican los *papers* que se fueron realizados conjuntamente entre catedráticos y estudiantes.

Las producciones comunicacionales que se realizarán tienen el fin de aportar a la consolidación de la identidad y hagan suyo este patrimonio tangible e intangible de la provincia de El Oro; así mismo, el trabajo en conjunto dentro de este proyecto de vinculación en la que se unieron varias carreras como Turismo, Artes, Sociología, Educación Inicial y Parvularia, Ingeniería en Sistemas, Ingeniería Civil y por supuesto Comunicación Social.

1.2.1 Población

Ciudades de Pasaje, Machala y Santa Rosa

Muestra

Muestra principal son todos seguidores de las redes sociales de Orotopía, conjuntamente con esto a usuarios de restaurantes y centros de recreación cultural en Machala.

1.3 Objetivos de la investigación.

1.3.1 Objetivo general

- Gestionar contenidos transmedia acerca del patrimonio cultural oreense Ferrocarriles de El Oro “La Magia del Tren”.

1.3.2 Objetivos secundarios:

- Desarrollo del diseño narrativo transmedia en la línea de tiempo de “La Magia del Tren”
- Establecer las características de los contenidos y recursos para las plataformas comunicacionales mediante el uso del transmedia.
- Generar contenidos transmedia acerca del patrimonio cultural, Ferrocarriles de El Oro “La Magia del Tren”.

CAPÍTULO II DIAGNÓSTICO

2.1- Concepción Teórica del Diagnóstico

Esta investigación, nace de la necesidad de desarrollar una nueva forma de cómo difundir el patrimonio cultural, en una manera más prolongada, de igual se podrá establecer por medio de sistematización de experiencias de cómo la comunicación necesita tratar la interculturalidad. Patrimonio, es un modo de proveer a la sociedad maneras de heredar, de hacer suyo el pasado; por esta razón las narrativas transmedia, más que ingeniar un suceso plantea provee sistemas de contenido; que encierran diferentes formas de comunicar a través de los medios o plataformas existentes.

(...) los mundos narrativos transmedia constituyen un verdadero desafío para la narratología y la semiótica textual narrativa, todos ellos campos de estudio fuertemente monomedia –existe una semiótica del teatro, de la radio, del cine, etcétera, pero todavía no tenemos una semiótica del transmedia– y poco acostumbrados al análisis de narrativas multimodales de alta complejidad, caracterizadas por textualidades hiperfragmentadas, y decenas de personajes y programas narrativos. (Guerrero y Scolari 2016, p. 185).

Mientras el mundo *transmedia* alberga contenidos que pueden irse actualizando y no se refiere a cambiar la historia, habla sobre cambiar o mudarse a diferentes medios de comunicación y en ellos subir varias historias o relatos utilizando las plataformas que están siendo usadas para la investigación. Ante esto el inciso 11 de la Ley Orgánica de Comunicación establece que “se potencie una comunicación intercultural y plurinacional que promueva contenidos educativos y de calidad. Se debe recordar que los medios de comunicación, junto a la familia y la escuela, son los principales agentes de educación y socialización” (Ley de comunicación, 2013, p 17).

Al hablar o llegar a tocar el tema de introducir al patrimonio en la narrativa se está generando cultura visual por la cantidad de imágenes y símbolos manipulados por el hombre que se va agregando a medida que vaya avanzando el proyecto, la cual se visualiza en diferentes lugares o plataformas que se visitan.

Según Rivera, Moreno, Iñiguez y Quezada (2018, p 38), el consumidor por su parte solo busca una cosa: Satisfacer el hambre de conocer y buscar información constante y en su

búsqueda en muchas ocasiones no opera bajo criterios analíticos, sino únicamente a un modelo de respuesta adoctrinado inconscientemente.

Los medios han ido evolucionando haciendo posible la aparición de nuevas formas como la narrativa transmedia de tal modo que han emigrado a otros canales con el fin de llegar al espectador dejando de ser ahora una comunicación unidireccional convirtiéndose en bidireccional. Las redes sociales teniendo diversos niveles llega a ubicarse como un mundo virtual, son una nueva ventana a la comunicación por ello sirven como plataforma para aplicar la narrativa. Según Quezada, Lindao, Alvarado y Salcedo (2018, p 39):

(...) la narrativa transmedia a pesar de ser aplicada en grandes medios y sociedades extranjeras, se convierte en un aliado para la generación de interés, difusión de cultura, construcción de mundos de contenidos paralelos donde los públicos objetivos pueden convertirse en prosumers o aliados en la divulgación de los mensajes.

El ser humano después de ser consumidor de un producto evoluciona, ocupando el puesto de un prosumidor el cual llega a generar contenido en base a lo visualizado en diferentes medios aplicando una comunicación bidireccional; generando el mensaje y a su vez recibe teniendo una retroalimentación constante. “Actualmente, las redes sociales visibilizan fotografías patrimoniales de una calidad narrativa incomparable. Ante esto es posible investigar los mensajes que se transmiten desde el desarrollo del concepto narrativo que una imagen puede ofrecer a los turistas externos e internos” (Tello & Tusa, 2017, p. 65). El desarrollo de este proyecto además de dar más visualización a lo patrimonial aplicando la narrativa transmedia, ayudará a tener un fortalecimiento en las raíces patrimoniales y la apropiación de la identidad cultural haciendo de esto que a un futuro sea sustentable tanto a nivel de valor, importancia, social y económico. “La visibilización en medios de comunicación y espacios digitales multimedia, acerca de temas de patrimonio cultural permiten a la población incrementar sus conocimientos de los bienes existentes dentro de la región e impulsar la matriz productiva” (Quezada, Iñiguez, Benítez y Tusa, 2017, p. 1119).

2.1.1 Patrimonio Cultural

Patrimonio cultural es un conjunto de tradiciones y culturas hechas por la sociedad, agregando la parte tangible e intangible que forma parte de la herencia del ser humano para el futuro, con una identidad propia y que los diferencie de otras culturas. Eso se da como producto de la creatividad

humana con el pasar de los años que van entregando con el pasar del periodo que se puede modificar de generación en generación.

(...) el papel del patrimonio en la sociedad y en las dinámicas territoriales corroboran las afirmaciones anteriores. A medida que se descubren nuevos valores del patrimonio cultural, incluso de nuevas formas patrimoniales, el patrimonio se nos representa como un factor clave para la ordenación del espacio y el desarrollo territorial, pues a estas alturas es indudable la dimensión territorial que tiene el patrimonio (Monteserín, 2017, p, 241).

En el estudio que desarrolla Velasco (2009), se analiza que el patrimonio cultural es el conjunto de bienes, materiales e inmateriales, que son identificados por una sociedad concreta como portadores de valores culturales propios de la comunidad. Estos bienes tangibles e intangibles tienen un alto contenido simbólico, lo que les hace merecedores de una especial protección no sólo relacionada con su conservación sino también con el uso que se pueda hacer de ellos (Harrison, 1994; Prats, 1998; Ballart y Juan-Tresseras, 2001, Hernández, 2002). Según Desantes Real 2013, citado por Gonzales, S&Lopez- Guzman:

(...) existen muchas manifestaciones del patrimonio cultural que no tienen apariencia física, y este patrimonio cultural “especial” viene integrado por “conocimientos tradicionales” y por “expresiones culturales tradicionales y populares” directamente atribuibles a “comunidades” de muy diversa índole que pueden tener su origen en consideraciones derivadas del indigenismo, de la etnia, de la ruralidad, de la localidad o simplemente del hecho de compartir determinados valores culturales o sociales. Como no tienen entidad física, suelen denominarse “patrimonio inmaterial. (2017, p 3)

Se dividen en tangible porque se trata de bienes inmuebles que pertenecen al público, como lugares y artesanías entre otras cosas y se puede restaurar por intervención de la autoridades que esté rigiendo un mandato, en cambio intangibles no se puede hacer ningún cambio para no alterar el bien en común.

(...) de este modo, se han construido diversas formas de sentirse «poseedores» de representaciones, significados y valores, de sus propias culturas y con esto se ha ido dando sentido a objetos, espacios y construcciones arquitectónicas. Estos procesos articulados en un sin fin de relaciones sociales han constituido formas locales de identidad, reflejadas en culturas particulares, como parte de sistemas articulados (Torres & Romero, 2005, p.279).

2.1.2 Comunicación digital y el patrimonio

La comunicación digital toma un importante papel en el patrimonio existiendo un intercambio de información y conocimiento haciendo usos de las herramientas digitales para difundir los valores que la sociedad que determinan qué bienes son los que hay que proteger y conservar.

(...) los archivos, al igual que el resto de instituciones patrimoniales, no pueden ser ajenos a este fenómeno que se produce en medios sociales. Esta multiplicidad de medios y el carácter participativo ofrecen una gran posibilidad a estas instituciones ya que, una vez digitalizados, pueden agregar valor a sus fondos mediante su reutilización en otros contextos. (Caridad Sebastián, Morales García, Martínez Cardama, García López 2018, p.872)

Este desarrollo tecnológico es aplicable para reforzar el sentido emocional de su identidad propia que puede consultarse en línea cómo revisar publicaciones que se suben periódicamente

2.1.3 La narrativa en el patrimonio cultural

Las narrativas *transmedias* han dado un profundo cambio en medio del sistema en el que se desenvuelven llevando a un proceso de conceptualización como lo dijo Jenkins (2008) si bien es cierto que produce una ruptura brusca al coadyuvar textualmente con los usuarios .

(...) la atención a la diversidad, concretamente los contextos y procesos educativos inclusivos y la tecnología educativa, particularmente las herramientas Web 2.0, son dos aspectos enormemente amplios de la educación y, en los cuales se sustenta el presente estudio. Estas dos temáticas son consideradas el eje vertebrador de los nuevos modelos educativos que plantean nuevas metodologías didácticas en las aulas de cualquier nivel educativo, motivo por lo que se aplican cada vez con más asiduidad, en el ámbito de la formación inicial del docente (Marín, Begoña & Figueroa 2016, p.400).

Los mundos narrativos pueden tener textos que se son recapitulaciones, que es como una especie de resumen del tema anterior o temporada anterior que se haya tratado, dentro de esto se encuentra el *cross-media* se obliga al usuario a correr detrás de la información para comprender el relato en su totalidad.

La narrativa *transmedia* no nace de una planificación sino que se fue presentando como una expansión del tema puesta por condiciones del medio. Entonces patrimonio cultural no se presenta como si fuera un recurso narrativo sino para mostrar las riquezas que se tiene en cada lugar del que se podría hablar. El patrimonio se fue así progresivamente entendiendo como algo que reflejaba el pasado, legado por los antepasados, y de lo cual las generaciones actuales deben hacerse cargo para, a su turno, transmitirlo a las posteriores (Nicolas & Gómez , 2015, p.112).

Se puede desarrollar las bases para generar contenidos *transmedia* por medio de cuatro redes sociales *Facebook, Instagram, Twitter, YouTube* permitiendo al usuario navegar y establecer definiciones claras. Scolari (2017) define a la narrativa como un relato que se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación. Este estudio se centra en las posibilidades que ofrece esta narrativa para iniciar procesos participativos y difusión de contenidos en diferentes perspectivas.

Según Jenkins, 2003 y Scolari, 2013, citado por Corona, 2016:

cada medio hace lo que mejor sabe hacer, una historia puede ser introducida en una película, expandida en la televisión, en libros, y cómics, y tal vez explorar experiencias interactivas en videojuegos. Cada medio sirve como puerta de entrada al mundo narrativo y no se necesita conocer la totalidad para comprender las partes (p. 35).

Entonces, recapitulando, una estructura narrativa transmedia se puede considerar como tal cuando están presentes diferentes lenguajes (verbal, audiovisual, icónico, etc.) y diferentes medios de comunicación (cine, comics, televisión, etc.), lo cual significa que esto no es una adaptación de un medio a otro, sino que la narrativa se puede ver como un todo que se cuenta a partir de diferentes medios y lenguajes (Scolari, 2013).

El patrimonio cultural tangible e intangible es una oportunidad dentro del territorio orense que permita la construcción de nuevos escenarios en miras del desarrollo territorial a causa de que gran cantidad de la población local desconocen los recursos con los que cuenta la provincia y el trabajo que se desarrolla desde la academia universitaria con su programa de vinculación abre una puerta para la explotación de estos temas.

(...) en este sentido la salvaguardia de los valores culturales diferenciadores se ha convertido en una necesidad para el mantenimiento de aquellas tradiciones que nos han conformado como pueblos distintos, ricos en costumbres y expresiones populares, concretadas en el patrimonio material e inmaterial que les confiere permanencia en el tiempo, superando la máxima del individualismo en las sociedades avanzadas y volviendo a dar valor a lo comunitario (González Santa Cruz y López-Guzmán, 2017, p. 2)

Según Gimeno & Torres (2017) El objetivo de conseguir un buen proyecto transmedia se debe basar en alinear los distintos canales hacia un objetivo: reforzar la imagen llegando a potenciar aspectos interesantes que no han sido explorados por el usuario(p. 37) Moreno afirma:

(...) transmedia requiere una estrategia narrativa completa y no una mera estrategia comercial que suma medios sin tener en cuenta las interacciones entre los mismos... transmedia utiliza la sede física, la sede virtual, la sede virtual en movilidad y otros recursos digitales y analógicos, como las publicaciones en papel, para aumentar el conocimiento y hacerlo accesible a todas las personas. (p. 39)

El fin de ligar la narrativa *transmedia* al patrimonio cultural es para llegar a expandir nuevas formas de conocer las riquezas que se tiene, que cada personas por su propio incentivo difunda los contenidos en diferentes páginas y tenga ese deseo de saber más sobre estos temas, llegando a contagiarse que por sus propios medios quiera seguir difundiendo o realizando actividades relacionadas con el patrimonio cultural.

2.1.4 La magia del tren

La magia del tren se basa en las historias contadas por varias personas que vivieron en la época en la que la presencia del tren era el diario vivir de esta sociedad oreña, saber cuáles fueron las funciones, sus recorridos y cómo fue que se hizo posible la llegada del ferrocarril a la provincia. Esta información será difundida en diversas plataformas comunicacionales acerca de lo que fue el tren en la provincia de El Oro permitiendo la interacción con la población oreña.

Siendo esta investigación viable por tener apoyo en un proyecto que avala esta investigación como lo es Orotopía, que cuentan con recursos económicos - técnicos por parte de los encargados. Además que varios locales comerciales a través de patrocinio se han ido sumando a este proyecto.

2.2- Descripción del ciclo diagnóstico

Luego de explicar que están realizando a partir del proyecto Orotopía se inicia con el tema “La Magia del Tren”, a partir de los conceptos explicados anteriormente podemos tener en claro que es y los diferentes métodos que se podrán usar para obtener un diagnóstico verídico.

2.3- Técnicas e instrumentos para la diagnosis

Observación

- Se aplicó la observación en el documental llegando a la conclusión que se podía realizar un pro reactivo profundizando en la historia.

Entrevistas

- Fueron realizadas a los héroes, personas que narraron la historia y anécdota que tenían del tren.

- Entrevista a los profesionales con experiencia en tema de narrativa transmedia para saber cuál era la opinión y el manejo de la narrativa transmedia llegando a obtener similitudes y a su vez diferentes puntos de vista. Ellos son Máster en Comunicación y fueron: Efrén Romero, Gorky Tenesaca y Priscilla Villalta.

Documentación

- Con base al proyecto de Orotopía se observó que se debe explorar e investigar acerca del ferrocarril en El Oro, ya que forma parte de la historia Orense tanto a nivel económico, social y productivo pues transforma la dinámica vivencial de los Orenses.

2.3.1 Cronograma de actividades

Actividades	Mes				
	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
Investigación del tema	X	X			
Observación	X	X	X		
Fotografías	X	X		X	
Entrevistas		X	X		
Desarrollo de la propuesta	X	X	X	X	
Desarrollo de la parte metodológica.	X	X	X	X	
Presentación del trabajo.					X
Sustentación del proyecto.					X

Autora: Stefany Pezantes

2.4- Resultados del diagnóstico

2.4.1 Análisis de la observación

Mediante la técnica de observación se pudo visualizar *papers*, fotografías, la historia que contiene cada uno de los lugares visitados para recolectar información referentes a los temas tratados como narrativa transmedia y patrimonio cultural llegando a la conclusión de realizar productos transmedia que sirvan para introducirse en las audiencias y que vayan interesándose un poco más en nuestra historia con la ayuda de las plataformas que nos brinda el internet ofreciendo un contenido de calidad al consumidor

2.4.2 Análisis de entrevista a los héroes

N°	Pregunta	Respuesta
1	¿Cuál era la ruta trazada por El <i>Ferrocarril</i> en El Oro?	El recorrido que hacía la locomotora en El Oro, iniciaba desde el muelle de Puerto Bolívar hasta Machala donde llegaba al Tanque Rojo para alimentarse de agua y salía en dirección a Pasaje yendo por la vía Ferroviaria hasta El Cambio, denominado así por el cambio de rieles que se realizaba al llegar a este lugar, luego de un tiempo hicieron tendidos para llegar a Santa Rosa pasado por el puente que años más tarde ayudaría a la exportación de productos vía terrestre (Bus)
2	¿Para qué era usado El <i>Ferrocarril</i> ?	En sus inicios el ferrocarril era usado para transportar carga como materiales, mercancía; dentro de esta estaba el banano y el cacao
3	¿En qué año llegó El <i>Ferrocarril</i> a estos lugares?	El ferrocarril llegó a Puerto Bolívar en 1899. En la ciudad de Machala se inauguró en 1900 del mes de abril, mientras que el antiguo estacionamiento de Pasaje se inauguró el 10 de agosto de 1903, para luego hacer un ramal en dirección a Santa Rosa que se inauguró en 1925.
4	Costo que tenía el boleto del <i>Ferrocarril</i>	Un boleto de ferrocarril tenía una tarifa dependiendo de pasajes enteros, tarifa por cargar por quintal y tarifa de equipajes por quintal
5	¿Cuáles eran las paradas más frecuentes del <i>Ferrocarril</i> ?	Las paradas frecuentes están dentro de dos ramales: El ramal Austral de Machala que constaba con Puerto Bolívar, Santa Rosa, Bellavista, Sandias, El Jobo, Taguin, Piedras. Y en el ramal oriental Machala estaba constituido por: Puerto Bolívar, Cambio, Guabo, Unión Colombiana, Pasaje.
6	¿Qué transportaba el <i>Ferrocarril</i> en sus inicios?	En sus inicios el ferrocarril estuvo fabricado para exportar el banano que descargaban de los barcos que llegaban al muelle de hierro al puerto, ganado, materiales para su comercialización
7	¿Cuál era la finalidad con la que fue creado el <i>Ferrocarril</i> ?	El ferrocarril fue creado con la finalidad que exista un desarrollo económico para el país, ayudando a que se acortara el camino para poder llegar a los lugares donde se dejaba la mercadería.

8	¿Cuál era su aporte del Ferrocarril en las actividades productivas y económicas?	Incrementó la facilidad de entregar mercadería y acortar distancias para poder llegar de un lado a otro usando las diferentes estaciones que estaban ubicada en el trayecto.
9	¿Cuáles fueron las figuras más destacadas en la elaboración del Ferrocarril?	Los precursores de esta iniciativa fueron el presidente Eloy Alfaro y Gabriel García Moreno, además de contar con ayuda extranjera como el geógrafo Teodoro Wolf, Gastón Thoret
10	Alguna anécdota que haya tenido, no solo como persona sino una que conozca en general o leyendas	Recuerdan los viajes que hacían en el ferrocarril, el recorrido y en qué parte sabían esperar para poder tomar este medio de transporte.

Autor: Stefany Pezantes

2.4.3 Análisis de entrevista a expertos en narrativa transmedia (Efrén Romero, Gorky Tenesaca y Priscilla Villalta)

	TEMA	IDEA
1	¿Cómo conseguir una narrativa transmedia?	Teniendo en claro la historia que se va a relatar definiendo las plataformas, direccionar y seleccionar la información que se vaya a publicar. Buscando potenciar y encontrar apoyo, generando actividades que difundan los medios digitales o convencionales; no solo quedarse con contar historia sino hacer que las personas que lleguen a visualizar el producto, se vuelva un prosumidor de este (producir contenidos) a partir de lo que ya este publicados.
2	¿Cuál es la diferencia entre Crossmedia y transmedia?	Experiencia que vive el usuario en las plataformas. En Cross media el contenido es limitado y se debe seguir una línea, recorrer todas las plataformas para entender el mensaje en una secuencia lógica, contando la misma historia sin ninguna modificación En cambio la transmedia inicia en un escenario teniendolo como la plataforma inicial, la historia crece en otros medios teniendo una mayor interacción en la audiencia
3	¿Cómo se desarrolla la generación de contenidos a partir de la audiencia?	Generar contenidos a partir de la audiencia La aplicación de contenidos pueden ser convencionales como digitales dependiendo del público que vaya dirigido
4	¿Qué papel desempeña la marca dentro de la narrativa transmedia?	Es la identificación, lealtad del consumidor, es un papel impulsador el fin de ellos es promocionar sin que se convierta algo efímero
5	¿Cómo se logra una mediación de las audiencias si se aplica narrativa transmedia?	Existen aplicaciones que ayudan a dar seguimiento y saber cuál fue el impacto que tuvo el contenido o qué estrategia que puede aplicar en un futuro y usar contenidos atractivos de un tema que guste y llamen la atención de las personas

6	¿Qué es coherencia gráfica y que es coherencia visual?	Coherencia visual netamente adquieren valor en la narrativa como marca, evolucionando hacia otros canales haciendo que las personas usen artículos relacionados a esta haciendo que el usuario se envuelva en este ecosistema narrativo. La coherencia gráfica es el estilo que lleva la marca, la forma en cómo vaya a ser reconocido, como vaya a proyectarse logrando ser reconocida esta en segundos.
----------	---	--

Autor: Stefany Pezantes

CAPÍTULO III

PLAN DE ACCIÓN

3.1 Identificación de la intervención

El poco conocimiento que se tiene acerca de la narrativa transmedia y la falta de historia de su patrimonio dio la introducción para realizar este análisis, buscando fusionar estas dos ideas para presentar un producto diferente logrando que llegue a varias personas y hacerlos partícipes de este proyecto. Este trabajo se dio a partir de un pro reactivo que se tuvo al visualizar el reportaje realizado con anterioridad sobre El Ferrocarril en El Oro tomando en cuenta que se podría ahondar más en el tema, usamos la narrativa transmedia que no es más que crear historias lo suficientemente grandes para ser ubicados en diferentes escenarios pero esta vez con el concepto de la Magia del tren y rescatar este patrimonio ubicándolo en diferentes plataformas para hacerlo visible a la sociedad

3.2 Fundamentación teórica de la investigación

3.2.1. Narrativa transmedia

Una idea interesante es lo que plantea Scolari (2017): la sociedad de hoy llegó a la era *transmedia*, esa etapa de la revolución digital en la que Internet se define como medio, con sus características propias (lenguaje, códigos, estructura, aportaciones de los medios ya existentes, entre otros). Se trata de un espacio en el que las redes sociales desempeñan un papel importantísimo, no como mecanismo de autocomplacencia, sino como herramienta de comunicación (Barrios, 2014).

Y así ocurre con la transmedialidad, el contenido fluye, muta de un medio a otro aun perteneciendo a un mismo universo narrativo. Se aprovechan sinergias entre los medios y el usuario puede acceder a ese universo narrativo a través de cualquiera de las plataformas y puede fluir a través de ellas enriqueciendo su experiencia o no. El otro factor determinante lo apunta Jenkins pero lo subraya Gómez: la participación activa del usuario (en varios grados) llegando a la cocreación de contenidos dentro de ese universo narrativo. (Martínez, J; Canós, E y Sanchis, G. 2017 p 56).

La narrativa *transmedia* se basa de una visión que se tiene de las historias que se va a relatar en el orden del tiempo se han ido suscitando. Utilizando varias plataformas, canales y diferentes soportes teniendo como fin que cada parte cuente un fragmento de la historia y la mayoría vaya enlazada para seguir con el contexto.

(...) a través de los que se invita a participar a la audiencia de verdaderas obras de arte digitales en reportajes y documentales online visionados en segundas pantallas. La comunicación transmedia gira en torno a historias informativas que se desarrollan en múltiples plataformas. Cada una de ellas contribuye de forma distinta a la comprensión global de la historia como un nuevo relato, seleccionando los canales más adecuados para conseguir un valor añadido en la comunicación. No existen fronteras. La hibridación de lenguajes y la convergencia tecnológica son las claves de una auténtica revolución silenciosa, que apunta hacia un modelo emergente en el periodismo actual (Peñañiel, 2016, p. 164).

Una característica se debe que debe expandirse a través de varios medios como en televisión y luego pasar por los diferentes canales que pueden ser transmitidos como sitios webs, tomando en cuenta que cada uno de estos sitios debe tener contenido diferente pero que complementa con cada parte ampliando la narrativa. Por ende, se debe tener un gancho a todo lo que se puede publicar para que en el usuario puede ser partícipe de él y poder difundirlas en las plataformas colaborativas. A su vez, se debe describir el contexto en el cual se está basando la narración, describiendo los elementos y las experiencias que se han ido obteniendo a través del tiempo.

La narrativa *transmedia* es un verdadero desafío para la comunicación, implicando una estrategia llevando más allá de generar solo una experiencia al usuario, haciéndolo protagonista con libertad de integrarse a la narrativa aplicando el *cross-media* como nombramos anteriormente que es emigrar hacia otras plataformas, extender la historia hacia otros formatos pero estos deben trabajar en conjunto para que puedan ser entendidos.

(...) todos los vídeos se comportan de la misma forma, es decir, al pasar por encima de ellos, se despliega un pequeño texto explicativo, pero sin dejar de verse la primera imagen. La web, vista desde ordenadores, destina una primera parte a los vídeos destacados y a continuación, los contenidos se organizan por secciones (Sanchis-Roca, Gemma; Canós-Cerdá, Elvira y Maestro-Cano, Santiago, 2016).

En esto tiene que ver mucho con el contenido generado por los usuarios, puesto que es un receptor. La palabra usuario se ha ido integrando en los estudios por ser un ente de participación directa. La ecología que se maneja en los medios se produce por el uso de las redes digitales para su interacción. Quiroga (2016) afirma:

Los nuevos medios viven una expansión, abarcan mayores espacios en la cadena de valor de la industria de la prensa diversificando sus contenidos en distintos formatos para públicos diferentes. Hoy, los medios digitales tienen que generar, producir y distribuir información para audiencias diversas. (p. 289)

El estudio de estas narrativas realiza una extensión de un extremo a otros abarcando los viejos y nuevos medios y aplicando los géneros, cualquier texto puede convertirse en narrativa transmedia. El mundo narrativo siempre tendrá un inicio no lo tiene un fin ya que la participación del usuario impide que se le encuentre un fin.

Las redes sociales son los lazos se crean entre personas cuando interactuamos las unas con las otras dentro de un espacio de comunicación y conectividad abierto, horizontal y bidireccional. La formación de redes sociales es ineludible ya que somos seres sociales y nos necesitamos los unos a los otros. Las redes sociales y nos necesitamos los unos a los otros. Las redes sociales pueden ser analógicas (cara a cara) o digitales a través del ordenador o dispositivo móvil. (Camarero – Cano, 2015, p.189)

Es la creación de historias que conectan emocionalmente y llegan a los sentimientos de las personas, usando lo racional y lo sensitivo, esto es un arte de crear de dar vida a nuevas formas de contar. Generalmente fue usado para el marketing, pero en la actualidad está siendo utilizado por la comunicación usándola para llevar el mensaje a varias plataformas y que la historia siga su curso.

Según Varela (2016) manifiesta que la creación de videos en la actualidad se considera acertada, pues además de que las personas, especialmente los jóvenes, son audiovisuales, la televisión y el computador son dos de las pantallas más empleadas en una sociedad cada vez más globalizada. Esto también se refiere a la generación de contenidos comunicacionales basados en los estándares del *storytelling*.

3.2.2. ¿Quiénes son los prosumidores?

Con la llegada de la web ya la ciudadanía no es solo receptora de algún mensaje sino que ahora son prosumidores y son los que van eligiendo que ver, cuando y donde. Pero exactamente lo que es un prosumidor es un consumidor que se involucró tanto en con el producto que están publicando en redes o en diferentes medios que llegan a convertirse en parte de la creación del mismo, ellos eligen que quieren y la página crea contenidos para que ellos empiecen a difundirlos.

Si la irrupción de Internet hacia mediados de los años '90 revolucionó el acceso a la información, la Web 2.0 reconfiguró los límites entre productores y consumidores estableciendo como estándar el término “prosumidores”. Ambos procesos, alimentados por un ecosistema de herramientas, redes y plataformas digitales en constante evolución, han transformado drásticamente las formas en que producimos contenidos y, sobre todo, los modos en que las nuevas audiencias acceden a ellos (Liuzzi, 2015, p. 108)

Álvarez y Montoya (2015) afirman que “en la sociedad de consumidores, la dualidad sujeto-objeto suele quedar subsumida en la de consumidor y mercancía. En las relaciones humanas, por lo tanto, la soberanía del sujeto es reconfigurada y presentada como soberanía del consumidor” (p. 12). Al inicio esta idea para muchos era algo diferente por el mismo hecho de que solo se usaba la comunicación lineal, donde se podía solo escuchar los que el emisor decía y el receptor solo estaba para guardar información y luego consumirla adaptándose a lo que ofrecía ahora todo esto es posible gracias a la web 2.0 que en base a eso se puede obtener la interactividad que nos proporcionan.

(...) el “cuándo”, “dónde” y “cómo” se reproduce un contenido se ha convertido en una elección personal del espectador. Los accesos a productos audiovisuales a través de, por ejemplo, las páginas web de cadenas de televisión o videoclubs online permiten elegir la hora y el día más idóneo para su visionado. (Lastra, 2016, p. 73)

El prosumidor corresponde al nuevo consumidor inconforme ante lo que el mercado ofrece y siempre está exigiendo que el producto llene sus expectativas evitando estar sujeto a un solo tipo de regla o forma y trata de romper con la forma ideal de cómo debería ser algo y cambiarlo a como ellos quieren que sea.

3.2.6. Qué es un público

Público es al grupo a quien va referido todo lo que se vaya haciendo en el transcurso de la producción del tema , es el grupo que está relacionado entre sí porque tiene un gusto en común o está dirigido para uno en específico por el contenido que se les quiere transmitir. “Los sentidos sociales y referencias socioculturales que emergen de los datos y en los distintos momentos del proceso de creación transmedia de los jóvenes hiperconectados (intertextualidad) (Gutiérrez, Fernández, y De la iglesia, 2017, p. 88).

Siempre se trata de buscar un objetivo al cual llegar para saber cuáles serán los futuros consumidores. En una palabra que encierra todo lo relacionado con la gestión de masas de población, entiéndase esto, como todo lo que la sociedad utiliza como parte de la ciudad, o del ambiente que lo rodea.

3.2.7. Redes sociales

Las redes sociales son una estructura o un medio que es capaz de ayudar a comunicarse entre varias personas, a través del internet el cual da paso a establecer relaciones entre comunidades o grupos que tengan un interés común. En estas se puede tener un contacto sin límite de tiempo con las personas y sobre todo que es en tiempo real.

(...) la posición de un nodo dentro de su red permite inferir su importancia en el intercambio de información y conocimiento. Se utilizan diferentes indicadores basados en los vértices. El grado está dado por la cantidad de arcos que inciden en un vértice. Los vértices que están incluidos en muchos de los caminos más cortos entre otros vértices poseen la Centralidad de Intermediación más alta y tienen la capacidad de conectar dos nodos que, de otra forma, no se vincularía (Sánchez & Pinochet, 2017).

Las redes sociales tiene formas de comunicar dando lugar a varias transmisiones vía internet y en tiempo real, ya que mediante estas podemos acceder a tener más rápido una información. De esta forma se producen contenidos en los cuales la sociedad puede dar su opinión al respecto.

(...) digitalizar no es una opción, es el único camino posible. Es la única posibilidad si queremos de verdad conservar el patrimonio de un país y el activo de una cadena. Ya sea desde el punto de vista de la preservación del acervo cultural o desde un punto de vista económico la digitalización plantea soluciones a problemas que se nos han ido planteando a lo largo de los años (León-Moreno, Zapico-Alonso y Caldera-Serrano, 2016, p. 188).

3.3 Objetivos de la intervención

General:

- Gestionar contenidos transmedia acerca del patrimonio cultural oreense Ferrocarriles de El Oro “La Magia del Tren”.

Objetivos secundarios:

- Desarrollo del diseño narrativo transmedia en la línea de tiempo de “La Magia del Tren”
- Establecer las características de los contenidos y recursos para las plataformas comunicacionales mediante el uso del transmedia.

- Generar contenidos transmedia acerca del patrimonio cultural, Ferrocarriles de El Oro “La Magia del Tren”.

3.4 Planes de la intervención

Título: Ferrocarriles de El Oro
Lema: “La Magia del tren”
Sinopsis Narrativa
<p>Ferrocarriles de EL Oro “La Magia del Tren” va narrando la historia de la creación de uno de los medios de transporte más usados en los años 1800 hasta su discontinuación que dio paso a la modernidad, este patrimonio tangible que fue acortando las distancias de un lugar a otro ofreciendo ayuda a las personas en el territorio económico y social.</p> <p>Su aporte fue un fuerte avance al país, pues se logró en ese tiempo unir las ciudades y elevar los niveles de exportación de productos locales, su <i>Magia</i> producía un encanto inexplicable a la vista de toda persona que lo usaba, produciendo ese efecto de viajar en sus vagones hacia distintos punto de la ciudad que los hacía saborear con sus ojos el paisaje que se alzaba ante ellos.</p> <p>Este conjunto de creaciones dio paso a la historia de lo que fue un día un Patrimonio ferroviario que nos identifica como orenses, haciendo la suma de todos los atributos que se tenía a lo largo del tiempo, presentando un espectáculo de algo tangible e intangible; tangible por la creación del ferrocarril e intangible con la conjugación de lugares que lo hacían un paisaje con especial valor.</p>

Identificación y elementos de la historia
<ul style="list-style-type: none"> • El Ferrocarril permito dar un paso a la era industrial, con el apoyo de varias personas que fueron precursoras de este gran proyecto que marcó <i>históricamente</i> su paso por la provincia de El Oro • <i>Económicamente</i> fue un apoyo para pequeños comerciantes al exportar su mercadería a otros lugares cumpliendo así con un propósito al aportar con su gente, además de ser sustentado con el s/. 0,40 grabado al quintal de cacao que saliera de la provincia para realizar su construcción. • El ferrocarril como herencia patrimonial, armado con la suma de valores que a lo largo de los años se fueron incrementando como un patrimonio tangible llamado así por ser creado por el hombre pero dándole un valor cultural agregándole el paisaje y arquitectura que complementa esta acuarela de colores representativo.

Bibliografía de los personajes	
Protagonistas	
El Ferrocarril	Pieza integrante en la historia de todo orense, desde los precursores de este proyecto, las personas que apoyaron esta causa y para que fines fue realizado; centrándose en aportar y ayudar a todo aquel que lo usara para sus cortos o largos viajes para llevar o traer mercadería con la que ellos obtienen el sustento día a día.
Machala	Conocida también como San Antonio de Machala es una de cuartas ciudades más importante del Ecuador capital bananera del Mundo, esto se dio en los años de 1940-1950 y 1960 en los que implementaron la propagación, comercialización y cultivo de este.
Pasaje	Conocida como Pasaje de las nieves ubicada en la cabecera cantonal dicho se alza impetuosa antes sus habitantes, uno de los principales centros administrativos, financieros y comerciales de El Oro.
Santa Rosa	Nombra así por Santa Rosa de Lima ocupando el puesto de tercera urbe más poblada en El Oro; luego denominada la benemérita por haber sido destruida por

	los peruanos en la guerra del 41 y volviendo a resurgir de sus cenizas airosa y triunfante.
Eloy Alfaro	Ex presidente del Ecuador, defensor de los valores democráticos, la educación y los sistemas de comunicación precursor de uno de los mejores inventos: El Ferrocarril
Gabriel García Moreno	Ex presidente el cual influyó en la política y la cultura, su aporte dio paso al sufragio universal, sistema vial, la investigación científica y una de las obras más importantes para el país: El Ferrocarril
Teodoro Wolf	Geógrafo y geólogo, su aportación dio una idea más clara sobre qué rutas dejan trazar para el manejo del ferrocarril quedando establecidas la ruta Costa- Sierra.
Gaston Thoret	De nacionalidad francesa llegó a diseñar el muelle de hierro que sea capaz de soportar el peso de los autosferros que en ella se posaban para llevar la mercadería que descargaban del barco
Audiencia primaria	Machala, Pasaje y Santa Rosa tres ciudades usando las redes sociales.
Héroes	Personas que relataron las anécdotas que vivieron en el ferrocarril y compartieron la visión que tenían acerca de este magnífico medio de transporte.

CONSUMO DE MEDIOS	
MACHALA	
Medios Impresos	3 diarios provinciales. 1 revista local
Medios Radiales	4 radios locales
Medios Televisivos	2 canales de televisión por cable
Medios Digitales	9 Fan page de pertenecientes a radios 3 Fan page de periódicos 2 fan page de televisión 1 fan page de canal digital 1 provincial MP noticias

CONSUMO DE MEDIOS	
PASAJE	
Medios Impresos	3 diarios provinciales. 1 diario local 1 revista local
Medios Radiales	1 radio local
Medios Televisivos	2 canal de televisión por cable
Medios Digitales	1 Fanpage perteneciente a radio 1 Fan page de periódicos 1 fan page de televisión 1 fan page de canal digital 1 provincial MP noticias

ACCESO DE TECNOLOGÍA
<p>Tanto en Machala, Pasaje y Santa Rosa tiene el acceso a la tecnología abiertamente, siendo que las operadoras ofrecen una excelente cobertura en cada una de estas ciudades. Teniendo en ciertos lugares públicos el ingreso al internet abiertamente, la televisión por cable dependiendo del medio que vayan a contratar encontrando también este servicio en lugares públicos.</p> <p>La internet hizo posible el ingreso a varias plataformas digitales que en años anteriores el hombre no lo hubiese imaginado, ahora cada persona que las ciudades nombradas tienen una cuenta en las redes sociales accediendo a ellos a través de un smartphone inteligente permitiendo hacer un navegación más fácil.</p>

PLATAFORMA	Mass media
DIGITAL/ANALÓGICA	Digital y analógica
ON/OFFLINE	Off line
HISTORIA	Se inicia con un recorrido a lugares que contienen la historia para luego pulir y plasmarla en una línea tiempo para su difusión tanto en audio y video.
EXPERIENCIA	Se inicia con la gestión en medios para poder publicar sobre el tema, tanto en radios, prensa y televisión, llegando a tener respuestas positivas de dos medios para compartir la historia que está armada con los datos que se investigó Cada uno de serán grabados para luego sean compartidas en redes sociales.

PLATAFORMA	Fotos y videos
DIGITAL/ANALÓGICA	Digital
ON/OFFLINE	On line
HISTORIA	En las plataformas digitales serán compartidas parte de la información investigada acompañada de fotografías que les muestre el pasado
EXPERIENCIA	Los espectadores cada día descubrirán un dato nuevo al visitar cada uno de las plataformas integrándose más en las actividades realizadas para ellos. En estas plataformas descubrirán fotos, videos, datos curiosos que habían sido olvidados

PLATAFORMA	Microcápsulas
DIGITAL/ANALÓGICA	Digital/Analógica
ON/OFFLINE	On line
HISTORIA	Cápsulas radiales que serán emitidas en radios locales y provinciales, los que contienen hechos históricos
EXPERIENCIA	Se podrán escuchar estas micro cápsulas por medio de las radios que den su apoyo al proyecto y quieren incentivar al radioescucha a visitar las otras plataformas

PLATAFORMA	Redes Sociales
DIGITAL/ANALÓGICA	Digital
ON/OFFLINE	On line
HISTORIA	En cada red social seleccionada se subieran las fotografías con sus respectivas leyendas, algunas imágenes actuales y otras que cuentan el pasado
EXPERIENCIA	Se ubicará toda información que ayude a contar esta historia y poder hacerlos participe de esta que puedan compartir con otras personas y este proyecto se haga más grande, con el fin de recibir interacción y que puedan a llegar a ser prosumidores

PLATAFORMA	Serie de documentales
DIGITAL/ANALÓGICA	Digital
ON/OFFLINE	On line off line
HISTORIA	1 documental
EXPERIENCIA	Se podrá observar en los canales de <i>YouTube</i> al inicial que será transmitido en la Fanpage de la página oficial de del proyecto.

PLATAFORMA	Trivias
DIGITAL/ANALÓGICA	Digital
ON/OFFLINE	On line
HISTORIA	Realizar trivias en base a la historia narrada en las diferentes plataformas
EXPERIENCIA	En las trivias van a estar ubicadas preguntas que se podrán responder al leer la información la persona que acierte respondiendo correctamente las preguntas se ganaran precios de los lugares que ofrecieron ayudar en el proyecto

PLATAFORMA	Merchandising
DIGITAL/ANALÓGICA	
ON/OFFLINE	Off line
HISTORIA	Realizar habladores y souvenir y camisetas referente al tema aplicando la marca representativa para promocionar el proyecto llevando al espectador un punto.
EXPERIENCIA	Los habladores van a ser impresos y ubicados en las cafeterías que apoyan al proyecto, donde podrán observar ciertos datos y con el código QR que está ubicado en ellos podrán acceder a la página además de visualizar los souvenirs (placas, porta vasos que contengan la marca.

3.5 Propuesta de evaluación y control de la intervención

Se presentó a la audiencia de Machala, Pasaje y Santa Rosa el proyecto con fotografías que reviven el pasado agregando datos interesantes junto con el documental en las plataformas elegidas, además de la visualización de habladores en los restaurant que brindaron su apoyo al proyecto, llegando a otra audiencia de forma off line y que se interesen por buscar la página y conocer más sobre él está plasmado en el material publicado en las redes sociales de Orotopía.

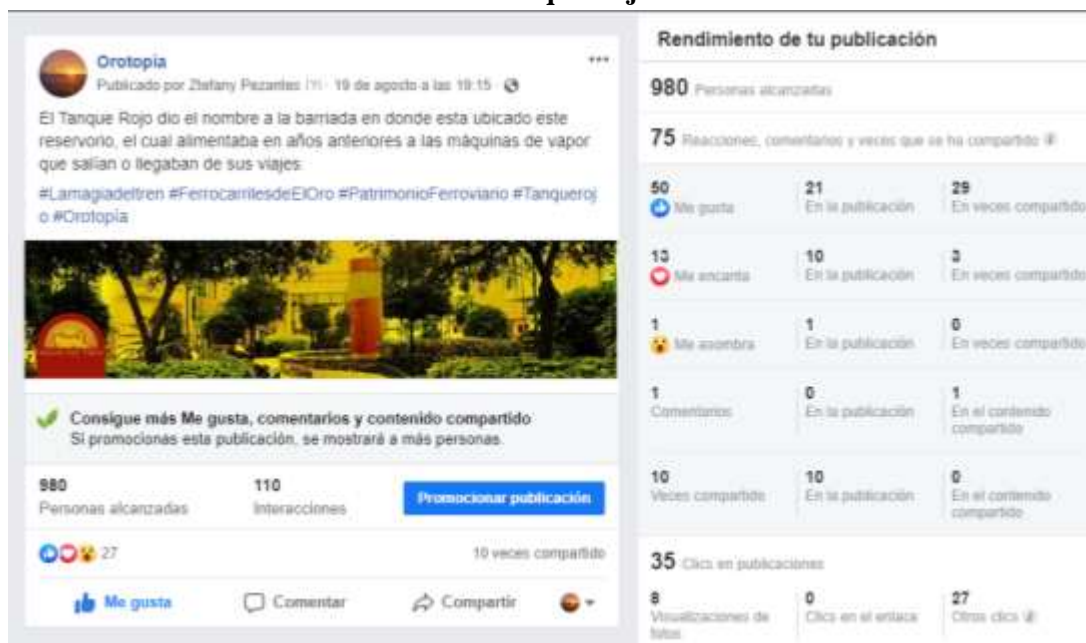
CAPÍTULO IV RESULTADOS DE LA INTERVENCIÓN

4.1 Descripción y contrastación teórica de los logros de la intervención

El resultado que se obtuvo en la aplicación en la narrativa transmedia en las plataformas elegidas fue el alcance que se llegó a tener en todas las publicaciones, reflejando que se puede realizar un trabajo más extenso para poder hablar de la historia completa, esto se reflejó por medio del concurso que se realizó en la plataforma de *instagram*, un *serious game* en los cuales participaron por obtener premios pero y otras personas supieron manifestar que solo participaban por el interés que le tienen a la historia esperando que este proyecto siga en marcha para recobrar ese sentido de pertenencia que se tiene sobre este patrimonio olvidado participaron solo por el interés que tienen en la historia.

Las publicaciones analizadas fueron del 19 al 26 de agosto en el *Fanpage* de Orotopía (2019). Cabe mencionar que durante la semana analizada el número de seguidores aumentó, tanto en *Facebook* como en *Instagram*.

Gráfico N. 1
Tanque Rojo



Fuente: Fanpage Orotopía (2019)

Esta foto fue una de las primeras publicadas por ser un lugar representativo de la ciudad de Machala y de toda la historia relacionada con el ferrocarril “El Tanque Rojo” lugar donde se abastecían de agua las locomotoras y podían continuar sus viajes. Esta foto alcanzó 980 en rendimiento por las interacciones de los cibernautas: 50 me gustas entre esos 21 en la

publicación y otras en las que se compartieron, 13 me encanta un me asombra, un comentario y 10 veces compartido.

Gráfico No. 2
Foto antigua de la estación de Ferrocarriles de El Oro



Fuente: Fanpage Orotopía (2019)

Esta foto obtuvo más alcance, llegando a 1085 personas, recibiendo 77 reacciones: 50 me gustas, 13 me encanta y 14 veces fueron compartidas. La foto trata de la antigua de la estación de Ferrocarriles de El Oro, la cual muestra cómo fue en años anteriores la arquitectura que un día albergó los ferrocarriles que ayudaron al progreso de la provincia.

Gráfico 3
Foto actual donde se encontraba la antigua estación de Ferrocarriles de El Oro



Fuente: Fanpage Orotopía (2019)

Esta foto es la tercera que tuvo más alcance en el público, la cual contiene la historia de lo que antes era la estación de Ferrocarriles de El Oro, llegando a 526 en interacciones, obteniendo 54 interacciones integradas por 40 me gustas dentro de la página y por medio de los compartidos, 4 me encanta, un me divierte, dos comentarios y 7 veces compartido.

Gráfico No. 4 Video-Documental del Ferrocarril



Fuente: Fanpage Orotopía (2019)

Este es el documental por el cual se inició todo este recorrido en las plataformas web, se obtuvo 342 reproducciones en tres segundos, alcanzando a 689 personas teniendo como resultado 67 interacciones entre comentarios y las veces que fue compartido, 76 clic en el video para poder reproducirlo y 2 comentarios.

Análisis Final: Al finalizar se pudo visualizar la cantidad de seguidores que obtuvo la página, contando anteriormente con 1,561 sumándose a estos 77 nuevos seguidores dando como total 1,638 durante el periodo de intervención



Estadísticas del público

Principales lugares
Las personas a las que les gusta tu página se encuentran en estos lugares. Estas cifras son estimaciones.

CIUDADES	PAÍSES
Machala, Provincia de El Oro, Ecuador	796
Santa Rosa, El Oro Province, Ecuador	234
Pasaje, El Oro Province, Ecuador	131
Guayaquil, Provincia del Guayas, Ecuador	90
El Guabo, El Oro Province, Ecuador	57
Quito, Provincia de Pichincha, Ecuador	55
Arenillas, El Oro Province, Ecuador	47
Cuenca, Provincia de Azuay, Ecuador	38
Huaguillas, El Oro Province, Ecuador	35
Loja, Provincia de Loja, Ecuador	19

A las personas también les gusta
A las personas que les gusta tu página también les interesan estos tipos de páginas.

Músico/banda
Banda Sema, Macha, Loja

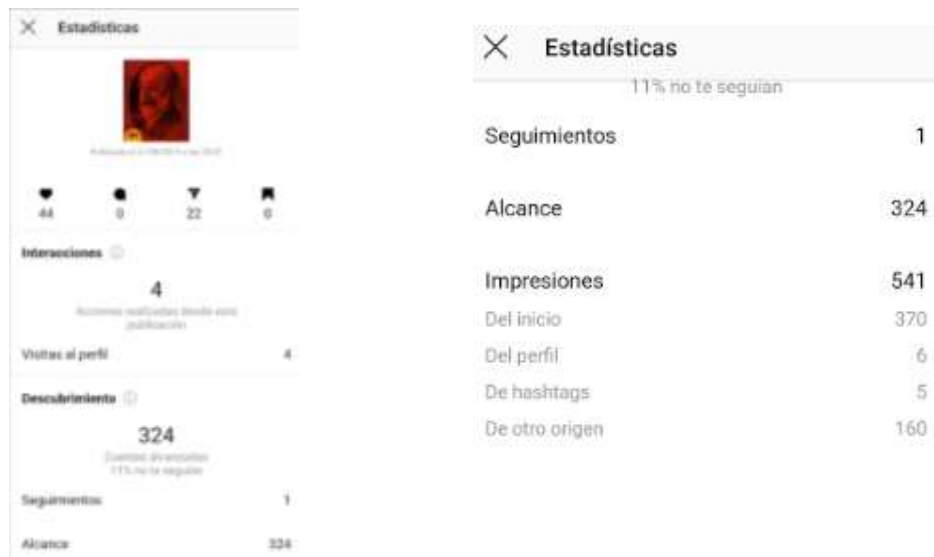
Gráfico No. 5 Fotografía del Tanque Rojo



Fuente: Instagram de Orotopía (2019)

La publicación que tuvo más alcance fue la primera foto, llegando a 350 personas alcanzadas, recibiendo 806 impresiones: 79 me gustas, un comentario y 45 veces que se compartieron como mensaje y 17 visitas al perfil esto se logró cuando aún el 18% no eran seguidores.

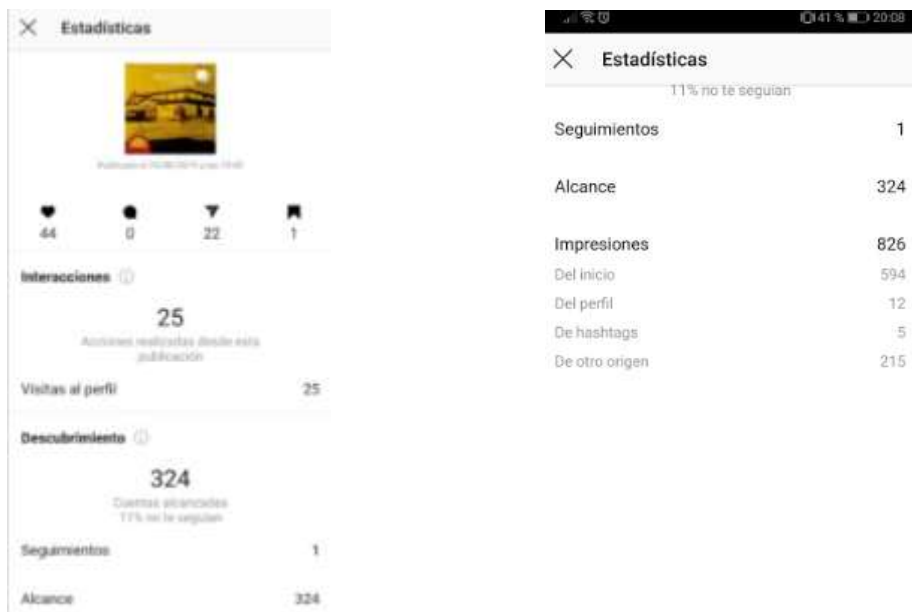
Gráfico 6 Retrato de Teodoro Wolf



Fuente: Instagram de Orotopía (2019)

Esta foto tuvo un alcance de 324 personas en las publicaciones contando con un 44 me gustas, 22 mensajes directos y el 11% de personas no eran seguidores de la página.

Gráfico No. 7 Antigua estación del tren

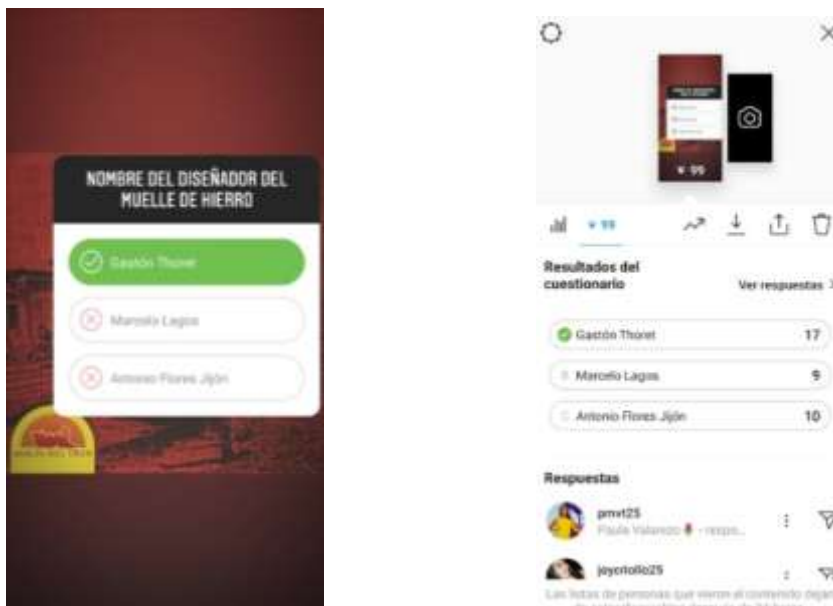


Fuente: Instagram de Orotopía (2019)

Con el mayor número de alcances contando con 324 interacciones entre estas están 44 me gustas, 22 mensajes directos, una vez guardado además de 12 visitas al perfil el 11% de ellos no seguina a la página.

Gráfico No. 8

Trivias en *Instagram*

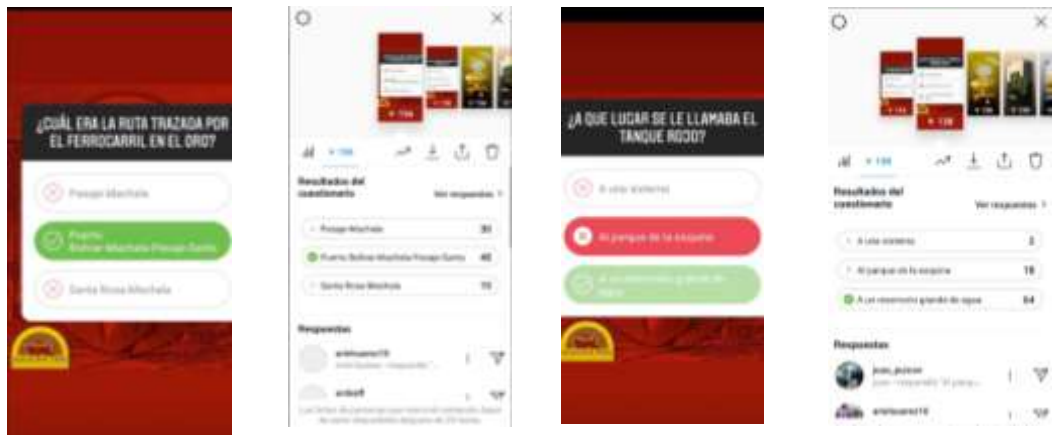


Fuente: Instagram de Orotopía (2019)

Esta fue la primera trivía aplicada en base a las historias colgadas en las plataformas elegidas en la narrativa transmedia alcanzando el 99 de vistas, alcanzando 157 impresiones, 3 visitas al perfil.

Gráfico No. 9

Trivias en Instagram



Fuente: Instagram de Orotopía (2019)

En la trivia numero 2 tuvo un total de 154 vistas y 293 interacciones teniendo 5 visitas al perfil

Gráfico No. 10

Trivias en Instagram

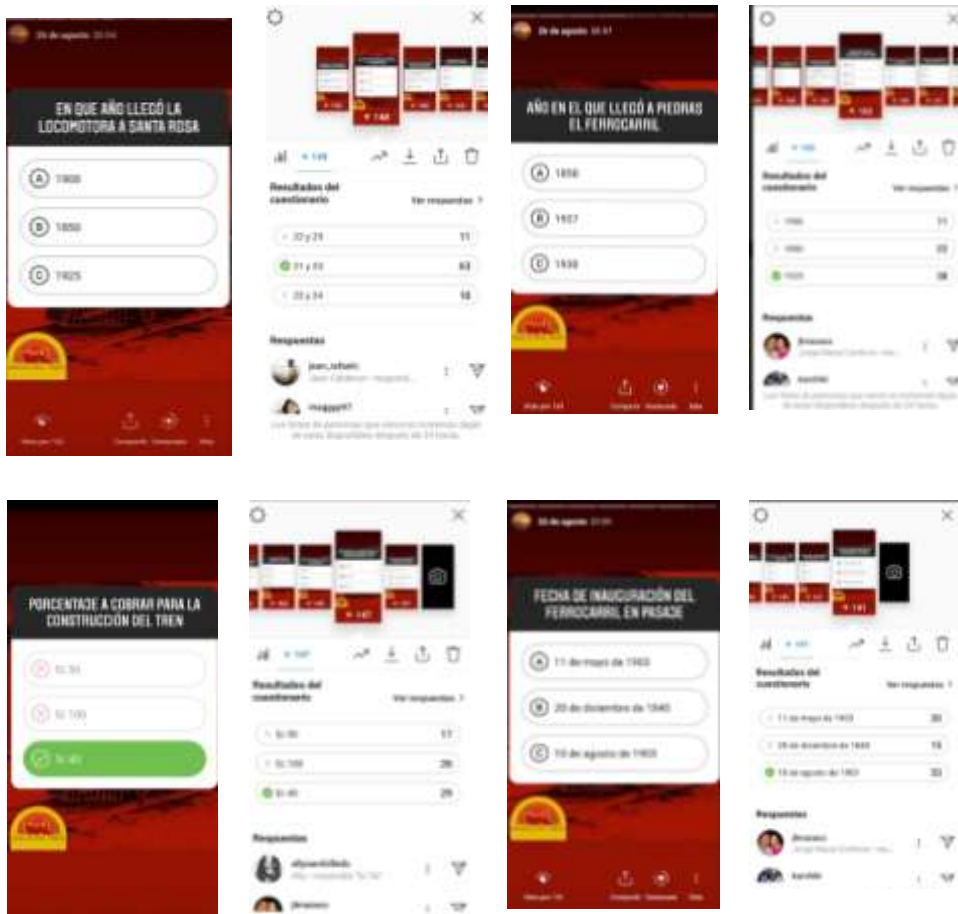


Fuente: Instagram de Orotopía (2019)

En las siguiente trivia numero 3 se tuvo un total de 155, 148 y 145 cuentas alcanzadas con las historias publicadas, obteniendo en la primera un total de 256 impresiones, 4 visitas al perfil, la segunda 367 impresiones 4 visitas al perfil y la tercera cuenta con 336 impresiones, 4 visitas al perfil.

Gráfico 11

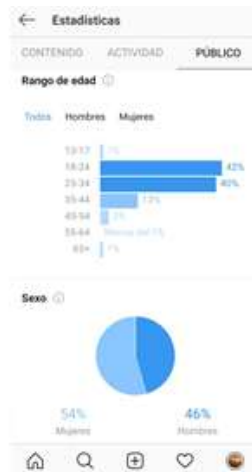
Trivias en Instagram



Fuente: Instagram de Orotopía (2019)

En la última trivía se visualizó que en cada historia 162 visualizaciones con 374 impresiones y 7 visitas al perfil, en la segunda historia contaba con 149 visualizaciones, 352 impresiones y una vista al perfil, tercera historia habían 147 visualizaciones, 322 impresiones y una visita al perfil y llegando a la última historia esta obtuvo 141 visualizaciones, 308 impresiones y 1 visita al perfil.

Análisis Final: Al iniciar con las publicaciones en instagram tenía 412 seguidores finalizando con 492, en total se sumaron 80 personas luego de las publicaciones y las interacciones con en público mediante las trivias. en lo que se refiere a las historia de instagram Orotopia antes de aplicar las trivias no pasaban de 20 visualizaciones pero a partir de la aplicación de esta estrategia se llegó a tener más de 154 visualizaciones lo cual es una muestra del nivel de interés que se generó en el público a partir de la aplicación de la narrativa



5.- CONCLUSIONES

- Desarrollando el proyecto narrativo en base a una línea de tiempo ayuda a controlar el orden en el que debe ser publicado, siguiendo una secuencia en la historia sin saltarse partes importantes
- Al establecer características específicas que cada plataforma debe tener le da un distintivo incentivando al espectador a emigrar hacia otras plataformas para la búsqueda de información.
- Las personas suelen participar más cuando existen especies de serious game en las páginas pues lo hace más interesante y una forma fácil de aprendizaje o revivir ciertas partes de la historia.
- Generar más contenidos audiovisuales, por el hecho de no estar aún acostumbrados a la lectura transmedia, evitando observar ese tipo de información por una más rápida.
- Existió un impacto no tan grande, pero si lo estudiamos esto nos podría dar las pautas para poder trabajar desde el nivel de patrimonio, de publicidad o poder genera narrativas transmedia aplicadas desde la comunicación en beneficio de la sociedad

6.- RECOMENDACIONES

- Realizar más contenidos audiovisuales donde abarquen historias del patrimonio.
- Realizar constantemente trivias o juegos que involucren al espectador haciéndolo más novedoso e interesante aprender sobre la historia.
- Ver las características que debería tener la narrativa transmedia para hacer que las personas participen y en un momento puedan convertirse en prosumidores por que la realidad al no ser un tema actual.
- Al no existir un gran impacto ayuda a tomar esas características y preguntarnos porque no causa tanto impacto los temas patrimoniales ¿Será solo aqui? ¿Será por falta de cultura? ¿Será por falta de conocimiento? ¿Sera porque aun no estamos involucrados con estas plataformas que en otros lugares hay?.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez Moreno, M y Botero Montoya, L. (2015). De ciudadanos a prosumidores nuevas representaciones y consumo. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 13(26), p. 11-15.
- Barrios Rubio, Andrés. (2014). El Comunicador en el Entorno Digital. *Cuadernos.info*, 34, p. 165-181.
- Camarero Cano, L. (2015). Comunidades tecnosociales. Evolución de la comunicación analógica hacia la interacción analógico-digital. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 6(1), p. 187-195.
- Caridad Sebastián, M. Morales García, A.M. y Martínez Cardama, S. y García López, F. (2018). Los archivos audiovisuales de televisión: estrategias para su revalorización en un entorno transmedia. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, pp. 870-894.
- Corona Rodríguez, J. M. (2016). ¿Cuándo es transmedia?: discusiones sobre lo transmedia de las narrativas. *Revista ICONO14*, 14(1), 30-48.
- Del Pozo Barrezueta, H. (2013). *Ley Orgánica de la Comunicación*. Quito: Editorial Nacional.
- Guerrero-Pico, M. y Scolari, C.A. (2016). Narrativas transmedia y contenidos generados por los usuarios: el caso de los crossovers. *Cuadernos.info*, (38), p. 183-200.
- Gutiérrez Pequeño, J. M.; Fernández Rodríguez, E. y De la Iglesia Atienza, L. (2017). Narrativas transmedia con jóvenes universitarios. Una etnografía digital en la sociedad hiperconectada. *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, 57, 81-95.
- González Santa Cruz, F. y López-Guzmán, T. (2017). El patrimonio cultural como factor de desarrollo turístico: estudio de caso en la ciudad de Córdoba. *Arbor*, 193(786), p. 193-786.
- Jenkins, H. (2003). Transmedia storytelling. Moving characters from books to lms to video games can make them stronger and more compelling. *Technology Review*. Disponible en: <http://www.technologyreview.com/biotech/13052/>
- Lastra, A. (2016). El poder del prosumidor. Identificación de sus necesidades y repercusión en la producción audiovisual transmedia. *ICONO 14*, (14), pp. 71-94.
- León-Moreno, J.; Zapico-Alonso, F. y Caldera-Serrano, J. (2016). ¿Archivos audiovisuales aún sin digitalizar? seguridad, preservación y amortización. *Cuadernos de Documentación Multimedia*, 27(2), p. 178-190.

- Liuzzi, A. (2015). El documental interactivo en la era transmedia: de géneros híbridos y nuevos códigos narrativos. *Obra digital: Revista de Comunicación*, 8.
- Marín Díaz, V. Sampedro Requena, B. y Figueroa Flores, J (2018). ¿Exclusividad en las herramientas 2.0? *Educ. Soc., Campinas*, 39(143), p. 399-416.
- Martínez Sáez, J.; Canós Cerdá, E. y Sanchis Roca, G. (2017). Narrativas transmedia y publicidad: análisis de las campañas más premiadas (2011-2016). *AdComunica, Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 14, p. 51-74.
- Monteserín-Abella, O. (2017). Patrimonio Cultural y Desarrollo Territorial. *Revista de Geografía Norte Grande*, (67), p. 241-245.
- Nicolas, D. H. & Gómez, C. I. G. (2015). Patrimonio y turismo en centros históricos de ciudades medias. ¿Imaginario encontrados?. *URBS: Revista de estudios urbanos y ciencias sociales*, 5(2), 111-125.
- Oliva-Gimeno, M. y Torres Mendoza, M. (2017). La comunicación transmedia en las ciudades: disfrutar y educar. *Comhumanitas: Revista Científica de Comunicación*, 8 (2), 33-49.
- Peñafiel Sáiz, C. (2016). Reinención del periodismo en el ecosistema digital y narrativas transmedia. *AdComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 12, pp. 163-182.
- Quezada, L., Lindao, J., Alvarado, M. & Salcedo, F. (2018). Redes 2.0, narrativa transmedia y patrimonio cultural para el desarrollo social. *Conference Proceedings*, 2(2).
- Quezada Tello, L., Iñiguez Parra, G., Benítez Luzuriaga, K. & Tusa Jumbo, F. (2017). Difusión del patrimonio cultural, tradiciones y saberes ancestrales de la provincia de El Oro: Orotopía. *Conference Proceedings*, 1(1).
- Quiroga Macleimont, S. R. (2016). Nuevas narrativas y transmedia: la actividad de las audiencias. *Questión. Revista especializada en periodismo y comunicación*, 1(51).
- Rivera, C., Moreno, P., Iñiguez, G. & Quezada, L. (2018). Primer coloquio de cultura visual: exploración a la cultura visual machaleña desde el criterio de expertos. *Revista Chakiñan de Ciencias Sociales y Humanidades*, (6), p. 37-45.
- Sánchez, M. A. & Pinochet Sánchez, G. (2017). El rol de las redes sociales virtuales en la difusión de información y conocimiento: estudio de casos. *Universidad & Empresa*, 19(32), p. 107-135.

- Sanchis-Roca, G.; Canós-Cerdá, E. y Maestro-Cano, S. (2016). Red Bull, un ejemplo paradigmático de las nuevas estrategias de comunicación de las marcas en el entorno digital. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, p. 373-397.
- Santa Cruz, F. G. & López-Guzmán, T. (2018). El patrimonio cultural como factor de desarrollo turístico: estudio de caso en la ciudad de Córdoba. *Arbor*, 193(786), p. 421.
- Scolari, C. (2013). *Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto-Grupo Planeta.
- Scolari, C. (2017). *El translector. Lecturas y narrativas transmedia en la nueva ecología de la comunicación*.
- Tello, L. Q. & Jumbo, F. T. (2017). Narrativa visual patrimonial y el arte de la fotografía: estrategia para el desarrollo productivo. *Revista Rehuso*, p. 65-80.
- Torres, E. y Romero, J. (2005). Gestores culturales. Entre la cultura y el patrimonio. *Bulletin de l'Institut français d'études andines*, 34(3), pp. 277-288.
- UNESCO (2016). *Patrimonio. Sostenibilidad del Patrimonio*. Recuperado el 19 de enero del 2019. Disponible en: <https://bit.ly/2FasVuh>
- Urzúa Aburto, C. (2015). Recursos turísticos y patrimonio ferroviario. el caso del ferrocarril trasandino chileno. Identificación, caracterización y evaluación. *Gestión Turística*, 23(23), pp. 09-33.
- Velazco González, M. (2009). Gestión turística del patrimonio cultural: Enfoques para un desarrollo sostenible del turismo cultural. *Cuadernos de Turismo*, 23, pp. 237-253.
- Zink, M. E. y Cornelis, S. (2016). Investigadores y patrimonio: una fructífera experiencia. *Revista Conexão*, 12(3), p. 374-389.

ANEXOS

ANEXO 1

PLANTILLA DE ENTREVISTAS A LOS HÉROES

EL FERROCARRIL BANCO DE PREGUNTAS

1. ¿Cuál era la ruta trazada por el Ferrocarril en El Oro?
2. ¿Para qué era usado El Ferrocarril?
3. ¿En qué año llegó El Ferrocarril a estos lugares?
4. Costo que tenía un boleto del ferrocarril
5. ¿Cuáles eran sus paradas más frecuentes?
6. ¿Qué transportaban el Ferrocarril desde las estaciones?
7. ¿Cuál era la finalidad con la fue creado El Ferrocarril?
8. ¿Cuál era su aporte del Ferrocarril en las actividades productivas y económicas?
9. ¿Cuáles fueron las figuras más destacadas en la elaboración del Ferrocarril?
10. Alguna anécdota que haya tenido, no solo como persona sino una que conozca en general o leyendas



ANEXO 2

PLANTILLA DE ENTREVISTA A EXPERTOS EN NARRATIVA TRANSMEDIA

1. ¿Cómo conseguir una narrativa transmedia?
2. ¿Cuál es la diferencia entre Crossmedia y transmedia?
3. ¿Cómo se desarrolla la generación de contenidos a partir de la audiencia?
4. ¿Qué papel desempeña la marca dentro de la narrativa transmedia?
5. ¿Cómo se logra una mediación de las audiencias si se aplica narrativa transmedia?
6. ¿Qué es coherencia gráfica y que es coherencia visual?
7. ¿Qué es una audiencia pura?



ANEXO 3

IMÁGENES DE FACEBOOK

Calle Bolívar Stefany Pezantes

Orotopia
Publicado por Stefany Pezantes (71) · 21 de agosto a las 14:02 · 🌐

La Estación Central de los Ferrocarriles de El Oro fue ubicada en la calle Bolívar, lugar que fue un punto principal para el comercio, actividades agrícolas y administrativas, razón por la cual algunas entidades públicas se ubicaron en un punto intermedio de la Estación para ayudar con prontitud en tramites requeridos.

#Lamagiadeltren #FerrocarrilesdeElOro #PatrimonioFerroviario #Tanquerojo #Machala #Orotopia #CalleBolívar



👍 Consigue más Me gusta, comentarios y contenido compartido
Promociona esta publicación por 30 \$ para llegar a un máximo de 22 000 personas.

362 Personas alcanzadas **68** Interacciones [Promocionar publicación](#)

Rendimiento de tu publicación

362 Personas alcanzadas

47 Reacciones, comentarios y veces que se ha compartido 🌐

34 Me gusta	27 En la publicación	7 En veces compartido
7 Me encanta	6 En la publicación	1 En veces compartido
0 Comentarios	0 En la publicación	0 En el contenido compartido
6 Veces compartido	6 En la publicación	0 En el contenido compartido

21 Clics en publicaciones

2 Visualizaciones de fotos	0 Clics en el enlace	19 Otros clics 🌐
--------------------------------------	--------------------------------	----------------------------

Primer ferrocarril Orense. Casa de la Cultura

Orotopia
Publicado por Stefany Pezantes (71) · 22 de agosto a las 14:51 · 🌐

El primer ferrocarril Orense salía desde el interior del muelle de hielo en su estructura permitió tender las paralelas sobre el grueso piso de guayacán. Antes de este muelle algunas entidades ya laboraban en el sector como la capitania, la aduana y el resguardo que administraban el antiguo muelle de madera

#Lamagiadeltren #FerrocarrilesdeElOro #PatrimonioFerroviario #Machala #Tanquerojo #Orotopia #GabrielGarcíaMoreno #TeodoWolf #GastónThoret



La construcción del Ferrocarril se hizo una realidad que el 19 de marzo de 1899 la primera locomotora estaba llegando a esta ciudad desde Puerto Bolívar.

Rendimiento de tu publicación

341 Personas alcanzadas

50 Reacciones, comentarios y veces que se ha compartido 🌐

36 Me gusta	32 En la publicación	4 En veces compartido
9 Me encanta	9 En la publicación	0 En veces compartido
0 Comentarios	0 En la publicación	0 En el contenido compartido
5 Veces compartido	5 En la publicación	0 En el contenido compartido

4 Clics en publicaciones

2 Visualizaciones de fotos	0 Clics en el enlace	2 Otros clics 🌐
--------------------------------------	--------------------------------	---------------------------

COMENTARIOS NEGATIVOS

0 Ocultar publicación	0 Ocultar todas las publicaciones
0 Denunciar como spam	0 Ya no me gusta esta página


Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones

Piedras- Última estación

Stefany Pezantes

Ortopia
Publicado por Lenny Quintero Tello · 24 de agosto a las 18:28

La magia del tren te invita a participar por una gift card de \$5 en consumo en Hilary Deli para esto debes responder la pregunta que está en la historia de Instagram de Ortopia la cual durará 24 horas. Además debes seguir los siguientes pasos:
Seguir a Ortopia y Hilary Deli, responder correctamente la pregunta y foto ya estas participando



Rendimiento de tu publicación

454 Personas alcanzadas

28 Reacciones, comentarios y veces que se ha compartido

32 Me gusta	14 En la publicación	8 En veces compartidas
5 Me encanta	4 En la publicación	1 En veces compartidas
0 Comentarios	0 En la publicación	0 En el contenido compartido
3 Veces compartidas	3 En la publicación	0 En el contenido compartido

15 Clics en publicaciones

6 Visualizaciones de foto	0 Clics en el enlace	9 Otros clics de foto
----------------------------------	-----------------------------	------------------------------

COMENTARIOS NEGATIVOS

0 Ocultar publicación	0 Ocultar todas las publicaciones
0 Denunciar como spam	0 No he me gusta esta página

Puede haber un retraso en los estadísticos del informe con respecto a los datos de las publicaciones

Esquina de la Antigua estación en Machala Municipio de Machala

Ortopia
Publicado por Stefany Pezantes · 20 de agosto a las 18:20

Aquí luce la estación de Ferrocarriles de El Oro en sus años de esplendor Ubicada en las calles Bolívar y Junín.

Toda la cuadra era ocupada por la estación en donde guardaban las ferrocarriles y los vehículos de los empleados que en ese entonces algunos tenían el lujo de poseer.

#Lagadettes #FerrocarrilesElOro #PatrimonioFerroviario #Machala #Tanqueje #Ortopia #GabrielGarcíaMora #TeodoroF #GustavoThouf



Rendimiento de tu publicación

499 Personas alcanzadas

33 Reacciones, comentarios y veces que se ha compartido

20 Me gusta	16 En la publicación	4 En veces compartidas
8 Me encanta	7 En la publicación	1 En veces compartidas
1 Me sorprende	1 En la publicación	0 En veces compartidas
0 Comentarios	0 En la publicación	0 En el contenido compartido
4 Veces compartidas	4 En la publicación	0 En el contenido compartido

21 Clics en publicaciones

4 Visualizaciones de foto	0 Clics en el enlace	17 Otros clics de foto
----------------------------------	-----------------------------	-------------------------------

COMENTARIOS NEGATIVOS

0 Ocultar publicación	0 Ocultar todas las publicaciones
0 Denunciar como spam	0 No he me gusta esta página

Puede haber un retraso en los estadísticos del informe con respecto a los datos de las publicaciones

Línea Férrea Puerto Bolívar-Machala- Pasaje

Casa de La Cultura

Orotopia
Publicado por Ziefany Pezantes [Y] · 25 de agosto a las 19:40 · 🌐

Gana con la magia del tren
Participa por una entrada y una copa de vino en Vilatro , solo debes responder correctamente las dos siguientes preguntas que estaran disponibles en las historias de Instagram. Además de esto debes seguir los siguientes pasos
Seguir a @orotopia y @vilatro contestar las preguntas y listo estas participando
El sorteo se hará el día lunes 26 de agosto... Ver más



En el Gobierno de Luis Cordero recibe la propuesta de tender la línea férrea Puerto Bolívar- Machala- Santa Rosa.

MAGIA DEL TREN

Rendimiento de tu publicación

129 Personas alcanzadas

8 Reacciones, comentarios y veces que se ha compartido 📊

7 Me gusta 7 En la publicación 0 En veces compartido

1 Me encanta 1 En la publicación 0 En veces compartido

0 Comentarios 0 En la publicación 0 En el contenido compartido

0 Veces compartido 0 En la publicación 0 En el contenido compartido

2 Clics en publicaciones

0 Visualizaciones de fotos 0 Clics en el enlace 2 Otros clics 📊

COMENTARIOS NEGATIVOS

0 Ocultar publicación 0 Ocultar todas las publicaciones
0 Denunciar como spam 0 Ya no me gusta esta página

Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones

Estación de Santa Rosa Casa de la Cultura

Orotopia
Publicado por Ziefany Pezantes [Y] · 25 de agosto a las 10:55 · 🌐

En 1925 llegó a Santa Rosa la primera Locomotora desde Puerto Bolívar, este llegó en 1927 a Piedras quedando instalado la Estación terminal del Ramal Industrial en la población
#Lamagiadeltren #FerrocarrilesdeElOro #PatrimonioFerroviario #Tanqueojó #Orotopia #GabrielGarcíaMoreno #GestiónThoret #TeodoroWolf #PuertoBolívar #Machala #Pasaje #SantaRosa



MAGIA DEL TREN

Rendimiento de tu publicación

260 Personas alcanzadas

16 Reacciones, comentarios y veces que se ha compartido 📊

12 Me gusta 11 En la publicación 1 En veces compartido

1 Me encanta 1 En la publicación 0 En veces compartido

0 Comentarios 0 En la publicación 0 En el contenido compartido

3 Veces compartido 3 En la publicación 0 En el contenido compartido

10 Clics en publicaciones

3 Visualizaciones de fotos 0 Clics en el enlace 7 Otros clics 📊

COMENTARIOS NEGATIVOS

0 Ocultar publicación 0 Ocultar todas las publicaciones
0 Denunciar como spam 0 Ya no me gusta esta página

Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones

Ex presidente Gabriel García Moreno

Buscador

Orotopía
Publicado por Ztefany Pezantes (1) · 26 de agosto a las 13:20

Concursa y gana con la magia del tren
Participa por un ágillo con lomo acompañado de café en Oro pollo , solo debes responder correctamente las 3 siguientes preguntas que estaran disponibles en las historias de Instagram.
Para esto deben haber leído las publicaciones anteriores ubicadas en nuestras redes sociales (Facebook y en Instagram)
Además de esto debes seguir los siguientes pasos... Ver más



279 Personas alcanzadas

18 Reacciones, comentarios y veces que se ha compartido

14 Me gusta	12 En la publicación	2 En veces compartido
1 Me encanta	1 En la publicación	0 En veces compartido
0 Comentarios	0 En la publicación	0 En el contenido compartido
3 Veces compartido	3 En la publicación	0 En el contenido compartido

19 Clics en publicaciones

3 Visualizaciones de fotos	0 Clics en el enlace	16 Otros clics
--------------------------------------	--------------------------------	--------------------------

COMENTARIOS NEGATIVOS

0 Ocultar publicación	0 Ocultar todas las publicaciones
0 Denunciar como spam	0 Ya no me gusta esta página

Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones

Estación de Piedra Casa de la Cultura

Orotopía
Publicado por Ztefany Pezantes (1) · 26 de agosto a las 20:18

Estación de Piedras inaugurado en 1927 quedado como la última estación al discontinuarse el ferrocarril
En años anteriores llegaban muchas personas a la Parróquia Piedras en busca de los servicios de las instituciones que se habían ubicado en este sector.

#Lamagiadeltren #FerrocarrilesdeElOro #PatrimonioFerroviario #Machala #Tanquerujo #Orotopía #GabrielGarcíaMoreno #GastónThoret #TeodoWolf #PuertoBolívar #Machala #Pasaje #SantaRosa #Piedras



Rendimiento de tu publicación

310 Personas alcanzadas

23 Reacciones, comentarios y veces que se ha compartido

12 Me gusta	11 En la publicación	1 En veces compartido
5 Me encanta	5 En la publicación	0 En veces compartido
3 Comentarios	2 En la publicación	1 En el contenido compartido
3 Veces compartido	3 En la publicación	0 En el contenido compartido

9 Clics en publicaciones

0 Visualizaciones de fotos	0 Clics en el enlace	9 Otros clics
--------------------------------------	--------------------------------	-------------------------

COMENTARIOS NEGATIVOS

0 Ocultar publicación	0 Ocultar todas las publicaciones
0 Denunciar como spam	0 Ya no me gusta esta página

Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones

Puente de Santa Rosa Municipio de Machala



Rendimiento de tu publicación

306 Personas alcanzadas		
20 Reacciones, comentarios y veces que se ha compartido		
15 Me gusta	13 En la publicación	2 En veces compartido
2 Me encanta	1 En la publicación	1 En veces compartido
0 Comentarios	0 En la publicación	0 En el contenido compartido
3 Veces compartido	3 En la publicación	0 En el contenido compartido
11 Clics en publicaciones		
0 Visualizaciones de fotos	0 Clics en el enlace	11 Otros clics
COMENTARIOS NEGATIVOS		
0 Ocultar publicación	0 Ocultar todas las publicaciones	
0 Denunciar como spam	0 Ya no me gusta esta página	
Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones		

ANEXO 5

ESTADOS DE INSTAGRAM

Gráfico 1

Estadísticas	
 <p>Publicado el 21/09/2019 a las 18:28</p>	
39	0
2	0
Interacciones 5	
Acciones realizadas desde esta publicación	
5	5
Descubrimiento 322	
Cuentas alcanzadas 9% no te seguían	
Seguimientos	0
Alcance	322

Estadísticas	
9% no te seguían	
Seguimientos	0
Alcance	322
Impresiones	514
Del inicio	369
De hashtags	8
Del perfil	5
De otro origen	132

Gráfico 2



Gráfico 3



Gráfico 4



Estadísticas	
8% no te seguían	
Seguimientos	1
Alcance	303
Impresiones	537
Del inicio	358
De hashtags	9
Del perfil	7
De otro origen	163

Gráfico 5



Estadísticas	
10% no te seguían	
Seguimientos	1
Alcance	283
Impresiones	466
Del inicio	314
De hashtags	12
Del perfil	2
De otro origen	138

Gráfico 6



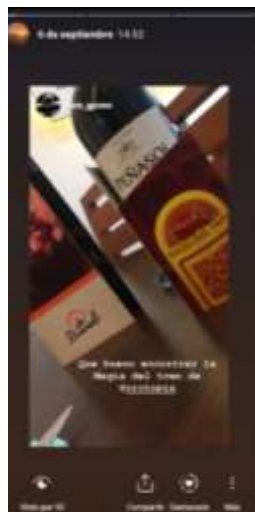
Gráfico 7



ANEXO 6



ESTADOS COMPARTIDOS DE INSTAGRAM



ANEXO 7

ESTADOS DE WHATSAPP



ANEXO 8

HABLADORES Y SOUVENIRS

HILLARY DELY



ORO POLLO



BRAMDI



SOUVENIRS



