

## **Narrativas transmedia para la sensibilización de medidas preventivas en época de confinamiento**

*Transmedia narratives to raise awareness of preventive measures in times of confinement*

<https://doi.org/10.5281/zenodo.10558913>

**AUTORES:** Sergio Fabián Colcha Ortiz<sup>1\*</sup>

Liliana Ivett Urquiza Mendoza<sup>2</sup>

Kerly Tatiana Vera Navarrete<sup>3</sup>

Wilson Roberto Briones Caicedo<sup>4</sup>

**DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA:** [fcolcha25@gmail.com](mailto:fcolcha25@gmail.com)

**Fecha de recepción:** 12 / 07 / 2023

**Fecha de aceptación:** 14 / 09 / 2023

### **RESUMEN**

La narrativa transmedia aplicada a la comunicación, permite transmitir mensajes a grandes audiencias mediante la utilización de plataformas, soportes y canales online. El objetivo principal del estudio es diseñar un plan de contenidos multimedia a través de narrativas transmedia online para la sensibilización de medidas preventivas en época de pandemia, de forma específica busco estudiar la fundamentación teórica y analizar las técnicas y contenidos para la construcción espacios explicativos mediante narrativas transmedia en época de confinamiento. La investigación de enfoque cualitativo se la ejecutó en tres fases,

---

<sup>1</sup> Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Valencia Máster Universitario en Comunicación Transmedia de la Universidad Internacional de La Rioja-Facultad de Empresa y Comunicación

<sup>2</sup> Universidad Técnica de Babahoyo-Extensión Quevedo; Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social, Magíster en Gerencia de Innovaciones Educativas

<sup>3</sup> Ministerio de Educación, Escuela de Educación Básica “Jacinto Martín Aspiazú” Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social, Magíster en Educación mención Pedagogía

<sup>4</sup> Universidad Técnica de Babahoyo-Extensión Quevedo; Ingeniero en Administración Financiera, Magíster en Administración de Empresas

en la primera se aplicó técnicas de revisión bibliográfica sobre las variables en estudio para realizar un diagnóstico de situación inicial, en la segunda se realizó un análisis íntegro de las narrativas transmedia como estrategias de sensibilización de medidas de prevención en pandemia y finalmente en la tercera se diseñó las narrativas transmedia, para concientizar a la población sobre las medidas de prevención en época de confinamiento, cuya población en estudio es el cantón Quevedo, provincia de Los Ríos, Ecuador. La fundamentación teórica del estudio contempla trabajos investigativos sobre narrativas transmedia lo cual permitió justificar un plan concientización para difundir medidas de prevención en pandemia, el mismo que se ejecutó llegando más de 5000 visitas aproximadamente interacción en algunos medios sociales como YouTube, Facebook e Instagram. En conclusión, las técnicas aplicadas surten mayor efecto en la ciudadanía porque demuestran a través de estos relatos audiovisuales, su rapidez e inmediatez del mensaje, llega a generar un cambio en el comportamiento de las personas.

***Palabras claves:*** *Comunicación Transmedia, Medidas de Prevención, Salud*

#### **ABSTRACT**

Transmedia storytelling applied to communication allows messages to be transmitted to large audiences through the use of platforms, supports and online channels. The main objective of the study is to design a multimedia content plan through online transmedia narratives to raise awareness of preventive measures in times of pandemic, specifically I seek to study the theoretical foundation and analyze the techniques and contents for the construction of explanatory spaces through narratives. transmedia in times of confinement. The research with a qualitative approach was carried out in three phases, in the first one bibliographic review techniques were applied to the variables under study to carry out a diagnosis of the initial situation, in the second a complete analysis of the transmedia narratives was carried out as awareness strategies. of prevention measures in pandemic and finally in the third the transmedia narratives were designed, to raise awareness among the population about prevention measures in times of confinement, whose population under study is the Quevedo canton, Los Ríos province, Ecuador, The foundation The theory of the study contemplates investigative work on transmedia narratives, which allowed justifying an awareness plan to disseminate pandemic prevention measures, the same one that was

executed, reaching more than 5,000 visits approximately, interaction on some social media such as YouTube, Facebook and Instagram. In conclusion, the applied techniques have a greater effect on citizens because they demonstrate through these audiovisual stories, the speed and immediacy of the message, it generates a change in people's behavior.

**Keywords:** *Transmedia Communication, Prevention Measures, Health*

## **INTRODUCCIÓN**

La Organización Mundial de la Salud OMS (2020) en el plan de concientización sobre las medidas de prevención y control dirigidas a mitigar la propagación del SARS- CoV-2, el virus que causa el COVID-19. La pandemia puede considerarse el primer gran impacto en la historia reciente del mundo globalizado. Su impacto negativo en la salud pública es muy alto y también ha afectado a todos los demás ámbitos de la vida pública y privada. Como ocurre con la mayoría de los procesos naturales, las oportunidades o contingencias asociadas a ellos dependerán del modelo de desarrollo en el que se produzcan.

En donde, los efectos de la pandemia Covid-19 a nivel mundial han originado innumerables cambios en la vida de todos, modificando de forma rotunda la forma de vida, desde la protección, procesos de desinfección y distanciamiento social. Esta nueva normalidad ha traído consigo distintas formas de dar a conocer las diferentes pautas que conllevaría al cuidado y prevención de la vida de los ciudadanos.

En dicho contexto, la narración transmedia es un modo de comunicación que surge con mayor tendencia en tiempos de crisis sanitaria, debido su alcance tecnológico y la fuerza de utilizar plataformas, soportes y canales en online para difundir contenidos informativos y concientizar a la población sobre las medidas preventivas. Por tanto, la comunicación transmedia permite desarrollar estrategias con contenidos multimedia con la finalidad de desplegar un plan de difusión cuyos contenidos multimedia sobre las medidas de prevención en tiempos de pandemia llegue a grandes audiencias.

Para Bolognesi (2023) Las plataformas de streaming se han convertido en las estrellas del mercado, teniendo más usuarios/as que la televisión de paga. Esta tendencia se acentuó de forma exponencial durante el año 2020, por la pandemia de COVID-19 que obligó a la ciudadanía mundial a permanecer aislada en sus hogares.

En esta cultura de consumo de contenidos las redes sociales, los sitios web, facilitan la interacción de las personas, de esta manera, cuando se realiza producciones audiovisuales transmedia, el uso de estas plataformas es fundamental para desplegar estas historias, en las cuales el público asume un rol interactivo para la reproducción de los contenidos y construir nuevos aportes para la producción de nuevos contenidos.

Sostiene Corvalán (2021) que la pandemia puso en evidencia que tenemos muchos desafíos. Transformar la clase para una mediación virtual implica pensarla distinto. Cambian las decisiones curriculares, didácticas y tecnológicas: qué contenidos son más relevantes, cuáles son los tiempos con los que contamos, qué enseñar de manera sincrónica y asincrónica; cómo generar empatía y vínculo cuando hay mediación tecnológica.

En ese sentido, se planteó la investigación con el propósito de diseñar narrativas transmedia para sensibilizar sobre las medidas de prevención en época de confinamiento, de esta manera proporcionar información clara y específica para mitigar la propagación del COVID-19

De acuerdo con Salazar & Zapata, (2022) El uso de esta transmedia permitió entonces reconocer los aprendizajes y compartir una mirada humana sobre las dificultades que la pandemia trajo a la comunidad universitaria más allá de lo puramente académico. Además, esta estrategia deja abierta una invitación a seguir explorando las posibilidades de este tipo de relatos en el ámbito universitario y establece un modelo de trabajo sobre cómo generar este tipo de contenidos, en el cual se ahonda con mayor precisión en los siguientes apartados.

En el estudio se contemplan trabajos en las producciones audiovisuales, asociados a los factores como el ambiental, sanitario y social, al mismo tiempo se aplica el uso de recursos tecnológicos, para distribución de la información y la gestión de los recursos humanos. Cuya finalidad es crear espacios de comunicación digital de alto impacto como resultado de la interacción y el contenido audiovisual de las narrativas para la prevención de medidas sanitarias, considerándose esto un aporte significativo a la población en general.

## **METODOLOGÍA**

La investigación de enfoque cualitativo se la ejecutó en tres fases, en la primera se aplicó técnicas de revisión bibliográfica sobre las variables en estudio para realizar un diagnóstico

de situación inicial, en la segunda se realizó un análisis íntegro de las narrativas transmedia como estrategias de sensibilización de mediadas de prevención en pandemia y finalmente en la tercera se diseñó las narrativas transmedia, para concientizar a la población sobre las medidas de prevención en época de confinamiento, En ese sentido, las variables analizadas para comprensión del estudio son: narrativas transmedia, comunicación digital y medidas preventivas en época de pandemia las cuales representa el objeto de estudio.

De acuerdo con Fernández (2020) el método de revisión bibliográfica es considerada como una fase de identificación y recogida de información, con base a parámetros e investigaciones de expertos, esto quiere decir que, a través del método bibliográfico el investigador puede complementar información desde el enfoque de otros autores, siempre y cuando la temática sea similar al objeto de estudio.

Además, los aportes de autores Sánchez-Cabrero et al., (2019) citando Stephen Downes y George Siemens, en la teoría de conectivismo, que señalan al conectivismo como una teoría encaminada al aprendizaje generado con base a las denominadas nuevas tecnologías en la era digital. Es decir, las teorías conectivistas son teorías que están directamente relacionadas con el uso de la tecnología como forma de aprendizaje social.

## **RESULTADOS**

Según Bron (2019) El término "transmedia" es la denominación de la última etapa en la evolución de las formas narrativas. El estudio de un hecho tan intrínsecamente humano como es la narración ha sufrido también una inevitable evolución, tal y como su objeto de observación ha experimentado. Así pues, estamos ante un fenómeno que puede parecer relativamente contemporáneo pero que en cierta medida nos ha acompañado desde siempre, en la difusión de información en tiempo real de hechos de interés social, político, económico, religioso, educativo, cultural, entre otros.

La producción de contenidos multimedia ha cambiado en los últimos años, a medida que las nuevas tecnologías en el mundo han ido adquiriendo más protagonismo. Esta situación se ha presentado en gran medida por el incremento de mayor cantidad de dispositivos digitales y las herramientas como el internet. Como señala Cruz, (2019) La comunicación transmedia en la actualidad ha alcanzado niveles muy altos en especial para transmitir información para mitigar y controlar los efectos de la pandemia. El uso del internet, las

**Comentado [A1]:** ¿Se puede publicar como revisión bibliográfica?

redes sociales y las TIC, han facilitado la comunicación a través de la utilización de métodos y herramientas para transmitir diferentes mensajes por medio de estos canales digitales.

Para Bron, (2019) Las narrativas transmedia ya son parte de la realidad y además aportan en el trabajo cotidiano en la relación de los procesos de enseñanza y aprendizaje entre docentes y alumnos. En este sentido el aprendizaje, la enseñanza y la educación que juegan un papel clave en el desarrollo de la sociedad son terreno fértil para las experiencias de innovación educativa con narrativas transmedia. Es decir, que la narrativa transmedia se extiende de un extremo al otro del ecosistema mediático, abarcando medios antiguos y nuevos. También son transversales a los géneros: las narrativas transmedia se pueden encontrar en la ficción, el periodismo, los documentales o la publicidad entre otros.

Por esta razón es importante resaltar los mayores efectos de la aplicación de la comunicación multimedia durante el confinamiento por la pandemia. En todos los países del mundo y en Ecuador han recurrido al uso intensivo de herramientas digitales para implementar el teletrabajo, emitir normas sanitarias, mecanismos de protección, educación y salud. Para las empresas ha significado un cambio total para gestionar procesos de producción remota.

Expresan Camacho & Segarra, (2019) Los continuos cambios en las dinámicas sociales, tecnológicas y mediáticas han obligado a que las estrategias de comunicación de las empresas evolucionen. En el contexto actual, caracterizado por los bajos índices de atención, por la saturación de mensajes y por el consumo multipantalla, el contenido se ha convertido en un elemento distintivo y de valor para conectar con los públicos.

Manifiesta Scolari (2017) El lector transmedia es multimodal que debe dominar diferentes lenguajes y sistemas semióticos, desde el escrito hasta el interactivo, pasando por el audiovisual en todas sus formas, es decir, la técnica, se puede aprovechar en contar historias a través de diferentes formatos de distribución, de esta manera, algo plasmado en un libro puede contarse a través de un podcast, algo en una película puede contarse a través de una publicación, etc.

Según Montoya & Ferré, (2022) que el modelo de los sistemas intermediales transmedia puede ser vinculante para que los usuarios, a partir de relatos de no ficción, creen otras propuestas que expandan el universo temático. Sin embargo, para comprobar esta utilidad

es clave que desde las campañas políticas se piense desde el principio como las temáticas van generando otro tipo de producciones que inviten a la interacción de los usuarios a partir del uso de diferentes medios.

En este sistema de comunicación digital la narrativa transmedia representa una estrategia ideal para generar y transmitir contenido de mayor impacto, debido a que se utiliza formatos con historias creativas que pueden ser transmitidos por las redes sociales, estableciendo la posibilidad de interactuar con las personas, que en la actualidad la mayoría cuenta con varios dispositivos móviles que le permite tener un mejor acceso a estos mensajes.

De acuerdo con Calvo et al., (2019) Los cambios en la comunicación obligan a estos colectivos a adaptarse al nuevo paradigma en el que aparecen múltiples canales, una audiencia fragmentada y nuevos actores con capacidad de participar en procesos comunicacionales, el uso de estrategias transmedia es especialmente útil para contribuir a la diferenciación de los contenidos en un momento en el que hay una dura pugna por atraer la atención del público.

El uso de transmedia ha permitido reconocer aprendizajes y compartir una mirada humana sobre las dificultades que la pandemia ha traído a la sociedad en general, más allá de cuestiones meramente académicas, por tanto, estos aspectos cumplen con el objetivo de ser facilitadores con respecto a la efectividad y eficacia de la información, para ello se ha dispuesto de diferentes recursos mediáticos como videos, textos, narrativas audiovisuales, entre otras.

Afirma Blandón (2023) La narrativa transmedia configura el poder del relato en la comunicación transmedia, dado que, actualmente ofrece la posibilidad de analizar la comunicación desde otros campos de estudio, en este caso observar de qué manera este tipo de narrativa es importante para la construcción y masificación de historias en los videojuegos responde al creciente interés fijado sobre los relatos transmediales. Identificar la relación que tiene la narrativa transmedia con la comunicación transmedia pretende dar respuesta a los procesos comunicativos que se realizan en los diferentes formatos y medios, al igual que, establecer el lugar del consumidor en el nuevo ecosistema de la comunicación debido a su constante participación en los procesos de producción y masificación de los contenidos.

Por otra parte, Tabares (2021) concluye que se entiende la comunicación transmedia como una estrategia de difusión planificada de contenidos en diferentes soportes, orientada a distintas audiencias, de acuerdo con una narrativa específica. Para ello, se nutre de medios convencionales y no convencionales. En fin, su aplicabilidad como recursos es de suma importancia porque es necesario saber los aspectos que se van a comunicar y si realmente estos causaran un impacto en la población.

En donde, el desarrollo de las tecnologías se ha convertido en una necesidad social, especialmente en el proceso de producción y consumo de contenidos transmedia, ya que el proceso de comunicación ha pasado de lo tradicional a lo digital, especialmente en la difusión de la información proporcionada a través de reportajes.

Cabe indicar que la fundamentación teórica fue clave para la elaboración de Plan comunicacional con narrativas transmedia que ejecutó el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Quevedo, provincia de Los Ríos, dicha actividad contempló 4 fases , la primera el levantamiento de la información, es donde se recopila la información de los contenidos necesarios para la ejecución de la campaña como: imágenes de las campañas de prevención, información pública de los usos y aplicaciones de las mascarillas, información de la población acerca de las medidas preventivas.

En la fase dos, se analizó la información resultante de la retroalimentación obtenida a través de los medios públicos y de las redes sociales del GAD municipal del cantón Quevedo en los comentarios de las RRSS, esta información será la base del contenido multimedia para el diseño de narrativas interactivas que estará estructurado en base a grupos edades se realizara el mensaje y se utilizaran los canales determinados. Los cuáles serán publicados por Facebook. Para llegar de una manera más precisa y concisa a los niños realizaremos un comic multimedia el cual será distribuido por las redes sociales y tendrá un pautaaje publicitarios en You Tube para que sea visualizado por los pequeños al momento de que estén viendo videos de Pepa Pig o de la granja de Zenón aparecerá flayes de la campaña.

En la fase tres se elaboró contenidos transmedias. En la estructura del contenido y difusión para la campaña multimedia se realizará mediante el diseño de tres etapas: Cada una tiene una duración de un mes y la campaña se trasmitirá en redes sociales institucionales como Facebook, YouTube, Instagram, a través de publicaciones de videos testimoniales, infografías, videos transmedia, cámaras escondidas, podcast en vivo, comic, manejo de



influencers y finalmente en fase 4: se diseñó la estructura de su contenido: este se realizó en base a las tres etapas:

- Estrategias de contenido multimedia.
- Plan de difusión de contenidos multimedia
- Propuesta visual y puesta en marcha de los contenidos.

La aplicación de la estrategia transmedia se presenta con claros ejemplos para introducir de manera efectiva los elementos referentes a la campaña, cada una de las fases contiene los elementos permitió el cumplimiento de los objetivos del estudio.

Por último, se determinó la importancia de los sistemas de comunicación en las campañas transmedia, en donde el mundo en el que ahora vivimos se basa precisamente en los principios de la comunicación. Por tanto, las nuevas tecnologías han hecho que el sistema de comunicación a través de Internet sea hoy en día el más utilizado por todos, los medios más usados son: correo, chats, mensajes, buzón de voz, telefonía IP, foros, etc. En consecuencia, el sistema de comunicación digital la narrativa transmedia representa una estrategia ideal para generar y transmitir contenido de mayor impacto, debido a que se utiliza formatos con historias creativas que pueden ser transmitidos por las redes sociales, estableciendo la posibilidad de interactuar con las personas, que en la actualidad la mayoría cuenta con varios dispositivos móviles que le permite tener un mejor acceso a estos mensajes.

## **CONCLUSIONES**

Con base al análisis realizado y las estrategias narrativas transmedia propuestas se llega a las siguientes conclusiones:

En el análisis de los entornos interno y externo con respecto a la aplicación de la comunicación transmedia frente a la situación sanitaria en la zona, permitió evidenciar la poco o casi nula participación en los planes comunicacionales de las estrategias de narrativas audiovisuales.

La información difundida en medios de comunicación mediante narrativas transmedia, en la emergencia sanitaria provocó estimular el impacto social y emocional en los usuarios de

Internet, es decir, las estrategias comunicacionales provoquen un cambio social como parte de su cultural para la movilidad de la población.

En el proceso se evidencia que el acceso a los medios digitales, principalmente la publicidad en redes sociales, es aceptable, por lo que los efectos de la campaña tienen una ventaja diferenciadora frente a los medios locales, en fin, se deben incorporar a los planes comunicacionales estrategias transmedia dentro y tácticas para aplicar el contenido audiovisual.

### **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- Agudelo, M. (2020). Las oportunidades de la digitalización en América latina frente al COVID19. Telecom Advisory Services. Agenda digital Regional de la CAF y CEPAL, 1-36.
- Alarcón, E. V. (2014). La Narrativa Transmedia en el model de comunicación de las empresas de moda internacionales: un estudio de caso. *Communication Papers*, 3(04), 15-21.
- Amador-Baqui, J. C. (2018). Educación interactiva a través de narrativas transmedia: posibilidades en la escuela. *Magis. Revista Internacional de Investigación en Educación*, 10(21), 77-94.
- Araque, W. (2021). La Corte Constitucional ecuatoriana en la gobernanza del riesgo ante el COVID-19. *Gestión. Revista Internacional de Administración* N° 10. ISSN 2550-6641, 1- 279.
- Argotti, K. (2020). Evaluación socio-económica PDNA COVID-19 marzo-mayo. 2020. Secretaría Técnica de Planificación del Ecuador <http://www.inteligenciaproductiva.gob.ec/>, 1- 182.
- Arnáiz, S. M., & Fidalgo, M. I. R. (2014). La inserción del discurso del receptor en la narrativa transmedia: el ejemplo de las series de televisión de ficción/The introduction of the receiver's discourse in transmedia storytelling: the case of TV shows. *Historia y comunicación social*, 19, 31.
- Auza, J. (2020). Medios de comunicación durante la pandemia, dos contextos tras una mirada crítica. *Revista Cubana de Investigaciones Biomédicas*. Vol 39 N° 3 ISSN 1561-3011, 1- 14.

- Blandón, E. E. (2023). La comunicación transmedia en los videojuegos para la comunidad gamer. Universidad Cooperativa de Colombia, 3- 58.
- Blas, J. (2020). COVID-19 Contenidos audiovisuales a partir del uso de herramientas domésticas. Revista de Comunicación y Salud Vol 10 N° 2 ISSN 2173-1675, 1-37
- Bolognesi, M. L. (2023). La post pandemia y nuevos hábitos de consumo de productos audiovisuales: Streaming, narrativas transmedia y experiencias personalizadas. Millcayac-Revista Digital de Ciencias Sociales, 10(18).
- Bron, M. A. (2019). Comunicación transmedia y educación: El Aprendizaje Basado en Proyectos Colaborativos como método de aprendizaje en comunicación digital. Universidad Rey Juan Carlos- Tesis Doctoral, 3- 297.
- Calvo, R. L., Cantero, J. I., & Serrano, T. A. (2019). La comunicación transmedia en las celebraciones populares. El caso de la Semana Santa en Cuenca. Sphera Publica, 91-110 .
- Camacho, M. M., & Segarra, M. (2019). La narrativa transmedia aplicada a la comunicación corporativa. Revista de Comunicación, 225 - 244.
- Camacho, M. M., & Segarra, S. M. (2019). La narrativa transmedia aplicada a la comunicación corporativa. Revista de Comunicación, 18(2), 225-244.
- Corvalán, N. (2021, March). Hacia una pedagogía de la participación. Las Narrativas Transmedia como una propuesta para reinventar la educación. In 3° Congreso Internacional Media Ecology and Image Studies-Democracia, medios e pandemia.
- Enríquez, A. (2021). Primeras lesiones y desafíos de la pandemia de covid-19 para los países del SICA. Estudios y Perspectivas. Sede Subregional de la CEPAL ISSN 1684-0364, 1-106.
- Fernández, V. (2020). Tipos de justificación en la investigación científica. Revista Espíritu Emprendedor TES, 4(3), 50-60.
- Godoy, M. (2016). El Brief como elemento esencial de toda gestión publicitaria. Revista: Contribuciones a las Ciencias sociales. ISSN 1988-7833, 1.16.
- Izquierdo, A. (2020). Estrategias de marketing para la comercialización de productos biodegradables de aseo y limpieza de la empresa Quibisa. Revista Universidad y Sociedad ISSN 2218-3620 Vol. 12 N° 4 , 1-14.

- Michelena, A. (2020). Acuerdo Ministerial N° 012-2020 Ley de Telecomunicaciones . Ministeriode Telecomunicaciones de la Sociedad y La Información, 1-7.
- Ministerio de Salud Pública (2020). Lineamientos de prevención y control para casos sospechosos o confirmados de SARS CoV-2/COVID-19. Ministerio de Salud Pública. MSP. [www.salud.gob.ec](http://www.salud.gob.ec), 1-45.
- Montoya, B. D., & Ferré, P. C. (2022). Estrategias de comunicacion transmedia en campanas políticas: Los casos de Colombia y México en las elecciones presidenciales de 2018. *Latin American Research* , 369–387.
- OECD. (2020). Impacto social del covid-19 en Ecuador desafíos y respuestas. Making Development Happen. Centro de Desarrollo de la OECD Vol. 4 , 1-23.
- OMS. (2020). Uso de mascarillas en el contexto de la COVID-19. Orientaciones provisionales . Organización Mundial de la Salud. OMS. CCBY-NC-SA3.0IGO, 1-24.
- Salazar, E. M., & Zapata, R. B. (2022). La transmedia en el ámbito universitario. El caso de navegantes: relatos interconectados. *Revista Luciérnaga*, 55 - 70.
- Sánchez, C. C. (2013). Narrativas Transmedia Nativas: Ventajas, elementos de la planificación de un proyecto audiovisual transmedia y estudio de caso. *Historia y comunicación social*, 18(Esp).
- Sánchez-Cabrero, R., Costa, O., Mañoso-Pacheco, L., Novillo, M., & Pericacho, F. (2019). Orígenes del conectivismo como nuevo paradigma del aprendizaje en la era digital. *Educación y Humanismo*, 21(36), 121-136.
- Scolari, C. (2017). El translector. Lectura y narrativas transmedia en la nueva ecología de la comunicación. *La lectura en España: informe*, 175-186.
- Tabares, R. M. (2021). La aplicación de la comunicación transmedia en los museos sorolla y lázaro galdiano de madrid, una aproximación. *Revista Inclusiones*, 71-82.