



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS
Y DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO EN MERCADOTECNIA**

**TEMA: “NARRATIVA TRANSMEDIA EN EL POSICIONAMIENTO DE
LOS TEATROS DEL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO”**

AUTORES: GARCÍA DÍAZ, ALEXIS XAVIER

LEÓN VEGA, MAURICIO ISRAEL

DIRECTOR: MGS.ITURRALDE MUIRRAGUI, JUAN FERNANDO

SANGOLQUÍ

2020



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, "*NARRATIVA TRANSMEDIA EN EL POSICIONAMIENTO DE LOS TEATROS DEL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO*" fue realizado por los señores **GARCÍA DÍAZ ALEXIS XAVIER** y **LEÓN VEGA MAURICIO ISRAEL**, el mismo que ha sido revisado en su totalidad, analizado por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustente públicamente.

Sangolquí, enero del 2020.

MGS. Iturralde Muirragui Juan Fernando

C. C: 1704356938



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, **GARCÍA DÍAZ ALEXIS XAVIER** y **LEÓN VEGA MAURICIO ISRAEL**, declaramos que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: **"NARRATIVA TRANSMEDIA EN EL POSICIONAMIENTO DE LOS TEATROS DEL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO"** es de nuestra autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Consecuentemente el contenido de la investigación mencionada es veraz.

Sangolquí, enero del 2020.

Alexis Xavier García Díaz

C.C.: 1720548641

Mauricio Israel León Vega

C.C.: 1717977241



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

AUTORIZACIÓN

Nosotros, **GARCÍA DÍAZ ALEXIS XAVIER** y **LEÓN VEGA MAURICIO ISRAEL**, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: **"NARRATIVA TRANSMEDIA EN EL POSICIONAMIENTO DE LOS TEATROS DEL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO"** en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi responsabilidad.

Sangolquí, enero del 2020.

.....
Alexis Xavier García Díaz

C.C.: 1720548641

.....
Mauricio Israel León Vega

C.C.: 1717977241

DEDICATORIAS

El presente trabajo lo dedico primeramente a Dios, a mi patrona la milagrosa Virgen del Cisne quienes me han permitido llegar a cumplir esta gran meta, a mis Padres, Hermanas y Abuelitos que con todo su amor y apoyo han estado en cada momento para brindarme su apoyo y sin ellos nada fuera posible.

A mis amigos que durante todo este trayecto universitario se han convertido en una familia.

Alexis Xavier García Díaz

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme bendecido y guiado durante el camino universitario para culminar mis estudios. También quiero dedicar este esfuerzo a mis padres, que me han guiado con su ejemplo y me han inculcado el valor de la familia. A mi tía Nancy, que siempre ha estado pendiente de mí en cualquier circunstancia. A mi tía Jeanett (+), quien fue un ejemplo importante de esfuerzo y dedicación. A mis hermanos, por ser los mejores amigos incondicionales. Por último, quiero dedicar este trabajo a mi familia en general, siendo ellos el apoyo más importante que tuve a lo largo de mi carrera universitaria.

Mauricio Israel León Vega

AGRADECIMIENTOS

A Dios y a la Virgencita del Cisne que han velado por mi bienestar en cada momento de este trayecto universitario.

A mi padre que desde el primer momento me dio la mano y me enseñó a tener amor por el trabajo.

A mi madre que con todo su amor y dedicación me ha enseñado a ser una mejor persona.

A mis hermanas que gracias a su apoyo nunca me dejaron caer.

A mi familia que con sus oraciones y buenas intenciones siempre me demostrado su aprecio.

Al Mgs. Juan Fernando Iturralde por el apoyo y direccionamiento presentado en esta tesis conseguimos las mejores calificaciones.

Al Ing. Jorge Ojeda que nos brindó su guía en todo el proceso de esta tesis.

Al Dr. Marco Soasti que siempre vela por el bienestar de sus estudiantes.

Alexis Xavier García Díaz

Agradezco a Dios por protegerme durante todo mi camino y darme fuerzas para superar obstáculos y dificultades a lo largo de toda mi vida.

A mis padres por que han sabido apoyarme en todo momento con el cariño y los consejos indispensables para lograr mis objetivos.

Al Ing. Marco Soasti por haberme brindado su apoyo profesional durante mi carrera universitaria.

A los Ingenieros Jorge Ojeda y Juan Fernando Iturralde, por su valiosa guía y asesoramiento en la realización de este proyecto.

Gracias a todas aquellas personas que ayudaron directa e indirectamente en la realización de este proyecto.

Mauricio Israel León Vega

ÍNDICE

CERTIFICIÓN.....	i
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD	ii
AUTORIZACIÓN.....	iii
DEDICATORIAS.....	iv
AGRADECIMIENTOS	v
ÍNDICE	vii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	ix
1. Resumen del proyecto.....	1
ABSTRACT	2
2. Delimitación del problema	3
2.1 Objeto del estudio Enfoque sistémico	3
2.2 Planteamiento del problema.....	4
2.3 Objetivo general	5
2.4 Objetivos específicos	5
2.5 Justificación	5
3. Marco teórico	8
3.1 Teorías de soporte	8
3.2 Marco referencial	11
3.3 Marco conceptual	13
4. Marco contextual o situacional	31
4.1 Contexto y lugar donde se desarrollará el estudio	31
4.2 Delimitación temporal	31

5. Desarrollo metodológico	32
5.1 Enfoque de investigación Cualitativo.....	32
5.2 Tipología de investigación	32
5.2.1 Por su finalidad Aplicada	32
5.2.2 Por las fuentes de información Documental y de Campo	33
5.2.3 Por las unidades de análisis Insitu	33
5.2.4 Por el control de las variables Experimental	34
5.2.5 Por el alcance Descriptivo.....	35
5.4 Instrumentos de recolección de información Grupo de enfoque y Redes Sociales.....	35
6. RESULTADOS	36
7. Programación de las actividades a desarrollar	61
8. Lista de referencias	62
9. Anexos	66

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. La comunicación en el teatro	15
Figura 2. Historia del Teatro	23
Figura 3. What is Transmedia	27
Figura 4. Página de Inicio.....	37
Figura 5. Página de Inicio.....	37
Figura 6. Página de Inicio.....	39
Figura 7. Pestaña El Guion.....	40
Figura 8. Pestaña: El Guion.....	41
Figura 9. Pestaña: El Guion.....	42
Figura 10. Pestaña: Vive el Relato	43
Figura 11. Teatro Sucre.	44
Figura 12. Mundo: Teatro Sucre	45
Figura 13. Cuadro Informativo "drama"	46
Figura 14. Musical Think Of Me.....	47
Figura 15. Musical Masquerade.	48
Figura 16. Teatro México	49
Figura 17. Mundo Teatro México	49
Figura 18. Relato "El fantasma de la ópera"	50
Figura 19. Teatro Variedades "Ernesto Albán"	51
Figura 20. Mundo Teatro Variedades.....	52
Figura 21. Cuadro informativo género "romance"	53
Figura 22. Video informativo género "romance"	53

Figura 23. Presentación blog "El miedo puede convertirse en amor" 54

Figura 24. Blog: El miedo puede convertirse en amor 54

Figura 25. Interacciones en el Blog 55

Figura 26. Pestaña: Entretenimiento..... 56

Figura 27. Perfil de Instagram 57

Figura 28. Canal de YouTube 58

1. Resumen del proyecto

El presente trabajo de titulación tiene como objetivo desarrollar una propuesta de posicionamiento basado en la narrativa transmedia para los teatros del Centro Histórico del Distrito Metropolitano de Quito, con el fin de que se establezca una guía para utilizar la narrativa transmedia en diferentes productos o servicios y lograr captar clientes a través de los diferentes medios, especialmente los digitales. Dicha investigación se realizará en el Distrito Metropolitano de Quito, que posee de extensión territorial de 4183km², cuya población económicamente activa es de 1069115 habitantes, misma que es conformada por 549256 mujeres y 519859 hombres. La importancia del presente estudio es la utilización de la narrativa transmedia que se denomina como la interacción entre las diferentes formas de medios que conducen a la convergencia, como herramienta de comunicación y posicionamiento con la audiencia de los Teatros del Centro Histórico de Quito mediante el uso de diferentes medios digitales especialmente, modernizando el mecanismo de comunicación, tomando en cuenta las dimensiones de la narrativa transmedia como lo son: storytelling, inmersión y expansión; frente a las dimensiones del posicionamiento: recordación, asociación, recomendación y fidelización.

Palabras clave:

- **NARRATIVA TRANSMEDIA**
- **POSICIONAMIENTO**
- **COMUNICACIÓN**

ABSTRACT

The objective of this degree work is to develop a positioning proposal based on the transmedia narrative for teachers of the Historic Center of the Metropolitan District of Quito, in order to establish a guide to use the transmedia narrative in different products or services and achieve attract customers through different media, especially digital. This investigation will be carried out in the Metropolitan District of Quito, which has the territorial extension of 4183km², whose economically active population is 1069115 inhabitants, which is made up of 549256 women and 519859 men. The importance of the present study is the use of the transmedia narrative that is called as the interaction between the different forms of media that lead to convergence (telling a single story in multiple platforms and forms, a saber, for the use of digital technologies) , as a communication and positioning tool with the audience of the Theaters of the Historic Center of Quito through the use of different digital media especially, modernizing the communication mechanism, taking into account the dimensions of the transmedia narrative such as: storytelling, immersion and expansion; Facing the dimensions of positioning: remembrance, association, recommendation and loyalty.

Key Words:

- **TRANSMEDIA NARRATIVE**
- **POSITIONING**
- **COMMUNICATION**

2. Delimitación del problema

2.1 Objeto del estudio Enfoque sistémico

El enfoque sistémico es una manera de abordar y formular problemas con vistas a una mayor eficacia en la acción, que se caracteriza por concebir a todo objeto (material o inmaterial) como un sistema o componente de un sistema, entendiendo por sistema una agrupación de partes entre las que se establece alguna forma de relación que las articule en la unidad que es precisamente el sistema (Gay, 1995).

En la presente investigación se analizará a la Narrativa Transmedia como método de Posicionamiento de los Teatros del Centro Histórico, más específicos de los teatros de la “Fundación Teatro Sucre”, determinando las diferentes directrices de la Narrativa transmedia a ser empleadas en el presente proyecto y propuesta.

2.2 Planteamiento del problema

El término ‘transmedia’ fue introducido por el teórico estadounidense Henry Jenkins. Lo definió como una forma novedosa de narración, concebida para contar historias a través de las múltiples plataformas y formatos, especialmente digitales. Con la transmedia ingresaron análisis como el papel de los consumidores como multiplicadores culturales (Scolari C. , 2017).

De acuerdo al objeto de estudio, las variables que son parte de la investigación; son como variable dependiente el Posicionamiento y como variable independiente La Narrativa Transmedia cuya caracterización está delimitada de la siguiente manera:

Posicionamiento:

- Recordación
- Asociación
- Recomendación

Narrativa Transmedia

- Storytelling
- Inmersión
- Expansión (Pérez J. , 2015).

2.3 Objetivo general

Desarrollar una propuesta de posicionamiento para los teatros del Centro Histórico de Quito, utilizando la técnica de la Narrativa Transmedia.

2.4 Objetivos específicos

1. Desarrollar la recordación de los teatros del Centro Histórico de Quito a través del contenido del storytelling que enganche al usuario.
2. Generar la asociación de marca en el usuario, por medio del contenido especial para cada teatro.
3. Obtener la recomendación del usuario mediante su participación en el desarrollo del contenido del universo transmedia.

2.5 Justificación

La narrativa transmedia ha permitido agrupar diverso contenido dentro de una misma temática o bajo un mismo universo. Esto da la posibilidad de llegar a una mayor cantidad de público en virtud del extenso contenido que existe. (Sanchez, 2014). La comunicación transmedia ha logrado un importante crecimiento y relevancia en los últimos años y ha sido considerada como una estrategia fundamental en el desarrollo de nuevos proyectos. (Menacho Giron & Atarama Rojas).

La presente investigación se enfocó en posicionar los teatros del centro histórico de Quito, específicamente aquellos que forman parte de la Fundación Teatro Nacional Sucre, utilizando la técnica de la narrativa transmedia, esto en virtud de que se pretende experimentar con nuevos métodos de comunicación del contenido teatral, que generen valor para los teatros y que atraigan a distintos segmentos.

Para esta investigación, se consideró a la narrativa transmedia como la variable independiente, ya que se utilizó como la técnica mediante la cual se generó contenido para el universo teatral. Se aplicó tres principios de la narrativa transmedia en el presente proyecto: El Storytelling como el principio básico de esta metodología, permitió incorporar una historia base que fue relatada a través del universo transmedia. La Inmersión, como segunda característica del universo transmedia, dio al público la posibilidad de sumergirse en el relato de la microhistoria, por medio de tres distintos mundos creados para vivir una experiencia diferente. Por último, se aplicó la Expansión como tercera característica, que junto al principio de los "prosumidores" se estableció la participación del público en el relato de la microhistoria y la posibilidad de expansión del universo.

Frente a esto se tuvo al posicionamiento, como la variable dependiente, relacionando el relato de la microhistoria con cada teatro involucrado. Esto se dio a partir de la selección del relato idóneo para cada teatro, en base al tipo de escenario y el género teatral adecuado, con el objetivo de crear una experiencia emocional en el usuario que posicione al teatro en la mente del consumidor, obteniendo así recordación por medio del relato, asociación por medio de la experiencia diferente en cada teatro y recomendación por el tipo de contenido que presenta el universo transmedia en su totalidad.

En el desarrollo de este proyecto se utilizó la obra teatral: “EL FANTASMA DE LA ÓPERA”, como el universo transmedia. Esto en consideración de que el objetivo fue posicionar los teatros del centro histórico de Quito, y es muy ventajoso partir de una historia que mantenga las características que transmiten los teatros en general. Para cada teatro se seleccionó diferentes partes de la historia para que se adapten de mejor manera a los distintos escenarios. En conclusión, el presente trabajo buscó generar una estrategia de posicionamiento para los teatros del centro histórico de Quito, a través de la narrativa transmedia y utilizando una historia central ya conocida.

3. Marco teórico

3.1 Teorías de soporte

Teoría del Posicionamiento

La teoría del posicionamiento constituye un aparato conceptual y metodológico especialmente adecuado para estudiar la interacción en los entornos virtuales por dos razones. En primer lugar, porque considera que toda interacción es discursiva o narrativa; y, en segundo lugar, porque entiende que ésta es un fenómeno cambiante, fragmentado, y absolutamente contextual. Se puede considerar que dos son los ejes que articulan las propuestas de la teoría del posicionamiento. Por una parte, las personas en interacción; y, por otra, las narraciones que construyen en esa dinámica. Tales ejes dan coherencia y sentido al posicionamiento, entendido como la construcción de narraciones que configuran la acción de una persona como inteligible para ella misma y para los/as demás, y en la que los miembros que participan en la narración tienen una serie de ubicaciones específicas (Gálvez, Ardèvol, Núñez, & Vayreda, 2004).

Teoría Racional-Económica

Rivera, Arellano, & Molero (2009), detallaron en su libro *Conducta del consumidor* que la base de esta teoría se apoya en la consideración de este individuo como un ser racional, y se cumple en las políticas comerciales de ofertas, rebajas y promociones. La teoría económica, sin embargo, no describe como se forman las preferencias de un producto o marca ni cómo cambian en función de la experiencia.

Teoría Social

La idea básica de la teoría social es que los consumidores adoptan ciertos comportamientos de consumo con el objetivo de integrarse en su grupo social, o de parecerse a los individuos de su grupo de referencia y diferenciarse de otros.

En las estrategias de comunicación de Marketing suele aplicarse esta teoría en ocasiones en forma de anuncios testimoniales de personas de reconocido prestigio. El objetivo es que las personas compren para parecerse a los líderes de opinión, o para ser aceptadas en el grupo social.

Teoría de la Comunicación

La comunicación se utiliza en una gran variedad de contextos con una amplia variedad de sentidos cuya intención principal es la persuasión.

El concepto de comunicación es muy complejo abarca características comunes en contextos muy diversos como son el físico, biológico, social etc.

La comunicación se desliza continuamente entre la polisemia, la ambigüedad y la multidimensionalidad.

Polisemia: Afirmer que la comunicación es un término polisémico implica decir que se ponen en juego distintos significados para un mismo término, no se limita a los elementos de la definición (los sujetos o los objetos del intercambio), sino que también afecta al esquema mismo que define la comunicación: para el mismo uso de "comunicación" puede oponerse el sentido de intercambio al de cooperación.

Ambigüedad: La ambigüedad hace referencia a la mezcla entre los matices de significado de un término. Por ejemplo, mediante la disonancia entre la descripción y el

funcionamiento de ese término: Así, en el caso de la ‘información’ es frecuente encontrar cierta imprecisión o incoherencia entre

- a) los esquemas y elementos utilizados para la descripción del fenómeno
- b) las consecuencias y alcance práctico del fenómeno mismo.

Multidimensionalidad: Presencia de un ente común a las diversas manifestaciones del fenómeno: la comunicación es así un fenómeno que tiene lugar en diferentes ámbitos lógico, biológico, cultural, social, tecnológico, debido a la multidimensionalidad, podemos hablar de comunicación entre células, entre personas, entre instituciones, entre países, entre insectos, incluso entre ideas o sistemas de ideas (Aguado, 2004).

Teoría de la Inmersión

Al referirnos al término Inmersión nos referimos a captar de manera permanente y profunda en un asunto, lo que detalla estar cubierto de toda la información de un asunto en general por todos los sentidos. Es muy común suele ser asociada con sistemas de Realidad Virtual, pero la inmersión va mucho más allá de eso.

Estar Inmerso implica estar totalmente cubierto con información que se está transmitiendo en ese momento, se considera inmersión cuando la página o los productos multimedia son percibidos a totalidad por el usuario y este interactúa con ellos (Antonio, 2017).

Teoría Lingüística

La Lingüística es la ciencia que estudia todo en torno al Lenguaje. La Lingüística detalla al Lenguaje con un esquema de signos, la cual tiene como función principal la

comunicación y el nacimiento de una metodología de piezas o unidades transmisoras de información.

La competencia lingüística corresponde a la capacidad que tiene un hablante oyente idealizado para asociar sonidos y significados conforme a reglas inconscientes y automáticas. La actuación, o ejecución lingüística, corresponde a la interpretación y comprensión de oraciones de acuerdo con la competencia, pero regulándose, además

a partir de principios extralingüísticos, como las restricciones de la memoria, e incluso las creencias (Müller & Barón, 2013).

3.2 Marco referencial

Ecología de los medios

La ecología de medios basa su análisis en el estudio de los diferentes medios existentes dentro de una "red"www (Scolari, 2009) ; así como de las relaciones que estos generan con los individuos, ya sean estos productores o consumidores y en virtud de ello, las afectaciones que pueden causar a la cultura de la sociedad dado por el contenido que fluye a través de estas estructuras de comunicación; todo esto desde un punto de vista eco sistemático. (Gonçalves, 2011).

Se habla de un "ecosistema" y de "ecología" ya que como afirma Postman (2000), en *The Reformed English Curriculum*, estos conceptos implican el análisis de una diversidad de ambientes, que en su interior engloban elementos como mensajes o contenido, emisores, receptores y medios, que en conclusión vendrán a ser estructuras que forman parte de un ecosistema, y que a la vez que mantienen interdependencia entre ellos, convergen en un punto

determinado, con lo cual se puede dar paso a la siguiente teoría en cuestión: la Cultura de la Convergencia.

Cultura de Convergencia

Los medios de comunicación son los protagonistas de la convergencia cultural, ideológica y del ámbito social en general que existe en la sociedad hoy en la actualidad. Por medio de ellos se genera un infinito flujo de contenido producido por diferentes grupos sociales y consumido por otros, los mismos que se encuentran dentro de los ambientes existentes en el ecosistema mediático. Los medios de comunicación no solo presencian un flujo de contenido como un simple mensaje, por el contrario, la convergencia de medios ha acaparado contenidos mucho más cruciales para el ser humano, como "recuerdos, fantasías, relaciones, deseos o la vida misma", lo que hace que en la actualidad los medios de comunicación desempeñen un papel fundamental en la vida del ser humano. (Jenkins, 2008).

Cultura Participativa e Inteligencia Colectiva

El público de la convergencia cultural y el ecosistema mediático enmarca características especiales frente al público de los antiguos modelos comunicativos que trataban de enviar un mensaje sin la necesidad de que este sea devuelto. El modelo de comunicación que se presenta en el ecosistema mediático del siglo xxi permite que el público participe de maneras tan activas que inclusive se vea involucrado en la producción del mismo contenido. Es decir, lo que alguna vez se entendía como el consumo por parte del público que consistía en el punto final del sistema comunicativo, hoy por hoy se desvirtualiza frente a modelos y estructuras mucho más dinámicas en las que no necesariamente se consigue obtener un punto final del proceso. Por el contrario,

sería acertado referenciar a un modelo circular en el que la comunicación no enfatiza ningún punto de partida ni tampoco un punto final. (Jenkins, 2008).

Añadido a esto la inteligencia colectiva traduce la participación del público en general como un trabajo en equipo y un aporte de conocimiento casi infinito al contenido inicial de la cadena comunicacional. Según Gonçalves (2011), el grupo como un todo pone en juego conocimientos en una forma más compleja que aquella en que lo haría un individuo aislado. Coincidimos con la idea de que: “el consumo para a ser un acto compartido, [...] [como una] creación colectiva de sentido [...] que cristaliza en sociabilidad y comunidad, y que se crea y reproduce en la medida que las personas compartimos este material proveniente de los medios. Rodríguez (2015), afirma que la inteligencia colectiva puede unir fuerzas individuales, para la consecución de objetivos concretos que pueden ir desde resolver enigmas planteados en ficciones audiovisuales hasta constituirse en un grupo de presión para influir en el futuro de una determinada producción.

3.3 Marco conceptual

Teatro

El teatro es un acto complejo de comunicación, y esta influye y determina el proceso de escenificación, el termino teatro procede del griego theatrón, que puede traducirse como el espacio o el sitio para la contemplación.

El teatro forma parte del grupo de las artes escénicas. Su desarrollo está vinculado con actores que representan una historia ante una audiencia. Este arte, por lo tanto, combina diversos elementos, como la gestualidad, el discurso, la música, los sonidos y la escenografía.

Por otra parte, el concepto de teatro se utiliza para nombrar al género de la literatura que abarca aquellos textos pensados para su representación en escena, y también al edificio donde se representan las piezas teatrales (Pérez & Gardey, 2012).

La pedagogía Teatral

Es la disciplina que se ocupa del estudio de la educación teatral, en toda su diversidad de manifestaciones y en todas las etapas y niveles educativos, porque las diferentes prácticas que cabe agrupar bajo el sintagma tienen en común el adjetivo que las califica: “teatral”. Y ese adjetivo ha de servir para definir los rasgos de esa modalidad de educación frente a otras educaciones y frente a otras educaciones artísticas, entonces la pedagogía teatral se entiende como una teoría general de la educación teatral, que fundamenta y sistematiza ese campo (Vieites, 2017).

Aspectos básicos de la educación teatral.

Directores de escena como Brook con su imagen del hombre que camina por un espacio vacío mientras otro le mira (1969), o Grotowski al eliminar los elementos prescindibles en la comunicación viva entre un actor y un espectador (1974), han señalado con precisión la naturaleza de lo teatral, que supone un proceso de expresión, comunicación y recepción. Tomando en cuenta la idea de Martinet de una doble articulación podríamos decir que el teatro parte de la combinación de dos procesos de expresión:

- La dramática, que se sitúa en la esfera de la vida en tanto supone desempeño de roles

- La teatral, que se sitúa en la esfera del arte en tanto implica una convención mediante la cual una persona asume el rol de actriz y la otra de espectadora.

En torno a la educación teatral es el que confiere carta de naturaleza al primero, y para explicar lo que pueda ser la educación teatral se hace necesario considerar la naturaleza de lo teatral, el hecho teatral se asienta sobre ese proceso de doble articulación mediante el cual un conjunto de personas replica un mundo dramático sobre un lugar llamado escena y ante un público que contempla la réplica y la presentación (Vieites, 2017).

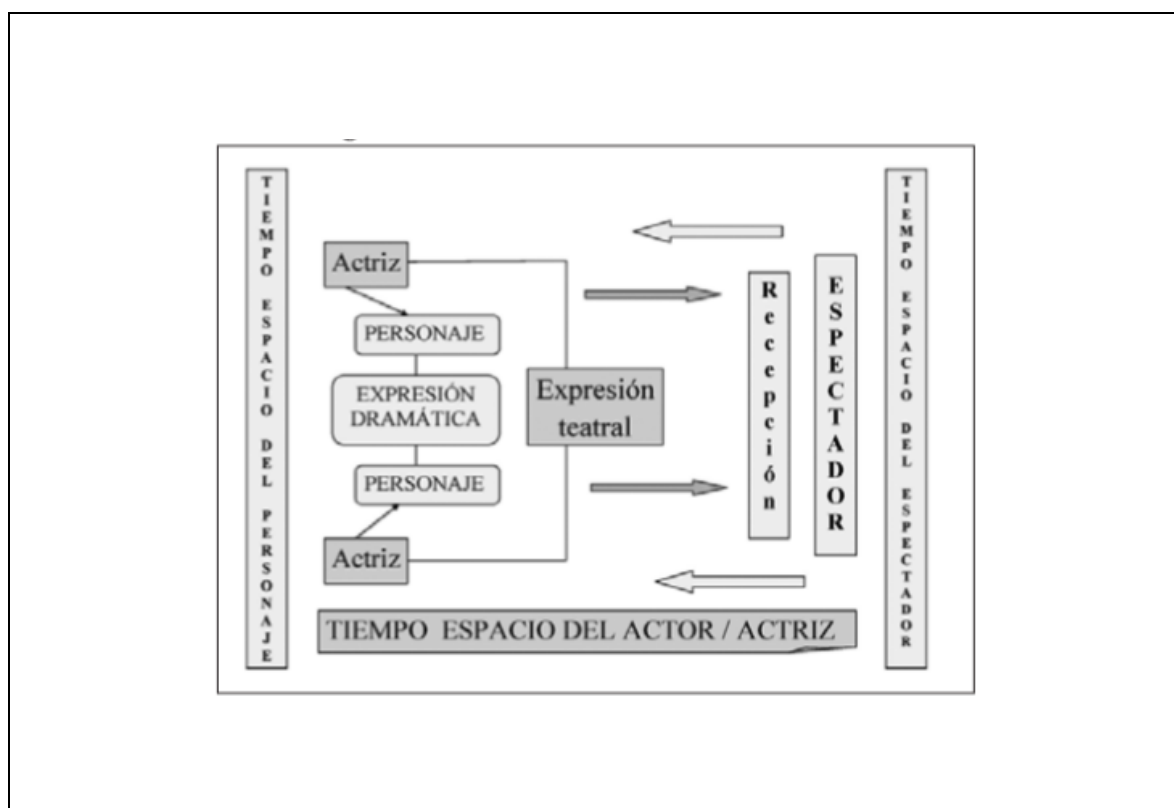


Figura 1. La comunicación en el teatro, relación de la comunicación en el teatro.

Fuente: (Vieites, 2017).

Historia y evolución del Teatro

El término teatro (del griego theatron – observo), como concepto genérico, nace para designar los lugares de espectáculos e incluye diferentes tipos, tales como el drama, la ópera, el ballet, la pantomima, etc., todos unidos por su peculiaridad que hace las obras únicas, imposible en otros tipos de arte, es decir, su naturaleza sintética capaz de incluir con facilidad otras artes: literatura, música, artes plásticas, escultura, canto, danza, incluso artes visuales como el cine (Toursinov, 2016).

Al comienzo de la historia los seres humanos vivían solo con la naturaleza que los rodeaba, no existían las ciudades, ni los puentes, ni el dinero; ni siquiera las casas se construían como ahora.

Los primeros hombres y mujeres empezaron a imitar algunos fenómenos de la naturaleza, como la lluvia, el rayo, el día, la noche, o cualquier otro que conocían pero no sabían explicar. Imitaban también acciones que ejecutaban ellos o los miembros de su comunidad, como cazar animales, dar a luz, etcétera, a estas celebraciones se les llamo rituales (Ministerio de Educación y Ciencia de España, 2007).

El Teatro Griego

Los griegos de la ciudad de Atenas celebraban rituales en honor a Dionisio (el dios que simbolizaba la fecundidad y la vida). A esta deidad se le atribuía la introducción de la vid (uva) y por eso se le consideraba también dios del vino. Sus fiestas eran excesivas y apasionadas.

En ellas, unos 50 hombres dirigidos por un jefe constituían un coro que, mediante cantos y danzas, alababan a este dios y, a menudo, contaban una historia antigua o un mito. A esta celebración se le nombró ditirambo. Un día a tales cantos alguien respondió con palabras de

Dionisio y fue entonces cuando se introdujo la representación del “propio dios”. Más adelante se invocó a otros dioses o héroes griegos, surgiendo de esta manera los personajes. Habiendo historia, diálogos y personajes estamos muy cerca de lo que es el teatro que conocemos actualmente.

Posteriormente, aparecieron distintas formas teatrales, tres de las cuales marcaron las pautas de lo que sería el teatro: la tragedia, el drama satírico y la comedia (Ministerio de Educación y Ciencia de España, 2007).

El teatro Romano

El teatro Romano tiene muchas similitudes con el teatro griego, ya que al momento de generar su expansión hasta Grecia estos notaron que los griegos tenían un alto nivel cultural, lo cual ellos trataron de imitar hasta fusionarla con la suya, aquí el termino de cultura grecolatina.

La representación teatral estará, desde sus orígenes, vinculada a celebraciones, por lo general religiosas, conocidas con el nombre de ludi como es el caso de los Plebei, los Florales, los Megalenses, los Apollinares, los Ceriales o los Romani y los Saeculares.

Los teatros por otra parte no existieron hasta el 55 a.C. cuando Pompeyo el Grande se atrevió a construir uno permanente vinculándolo a un templo para disimular y hacerse perdonar su audacia.

Anteriormente los teatros habían sido siempre estructuras efímeras de madera construidos para los ludien los que la representación teatral competía no siempre con éxito, con otro tipo de espectáculos fueran funámbulos o circenses. Uno de los géneros más importantes en esta época fue el caso de la comedia, la fábula togata, jugará este papel vinculando la palliata con los géneros del teatro satírico tradicionales en Roma; incluso en la togata, por su especialización, podemos distinguir subgéneros como la tabernaria, de corte muy popular, y la trabeata (por el vestido masculino) que hacía intervenir a los caballeros, la más industriosa y ágil clase social

romana. En este tipo de obras hemos de destacar algunos autores que consiguieron representar con éxito la sociedad de la Roma republicana (Mayer, 2019).

El teatro en la edad media (Siglos V y XV)

Después de la caída del imperio romano, también se ve culminado el teatro grecolatino, una de las características fundamentales del teatro en la edad media fue una fuerte influencia de la iglesia católica en todos los ámbitos de la sociedad.

El teatro durante la Edad Media fue, fundamentalmente, un teatro religioso, destinado a transmitir las enseñanzas de la Iglesia a una mayoría de la población que era analfabeta. Sin embargo, el teatro medieval no se desarrolla de igual forma a lo largo de todo el periodo, sino que se labraría y evolucionaría sobre todo a partir del siglo X.

Filósofos y teólogos padres de la Iglesia como San Agustín, Taciano o Tertuliano serían muy críticos con el teatro, al que se acusaba de emplearse para corromper las almas de los hombres y como burla hacia la creación de Dios. Por ello, la Iglesia lucharía para erradicar las actuaciones teatrales, cerrando los lugares de representación y tomando severas medidas contra los actores, tales como prohibición de poseer esclavos, vestir oro, o relacionarse con mujeres cristianas. Aun así, el teatro seguiría siendo popular, especialmente en el Imperio Romano de Oriente. Existían dos teatros en Constantinopla, y hay constancia de que se realizaban mimos, pantomimas, tragedias, comedias y bailes. Estos teatros estarían en funcionamiento hasta finales del siglo V (Sahuquillo, 2018).

La primera persona en escribir teatro en latín en la Edad Media fue Hrosvitha de Gandersheim, una canonesa alemana que desarrolló su labor en el siglo X. Las escuelas monásticas leían y estudiaban las comedias de Terencio para aprender latín, pero en ellas aparecían personajes,

especialmente mujeres, poco virtuosas, así como menciones al sexo y al amor. Hrosvitha versionó estas obras, despojándolas de sus “impurezas”, para eliminar el peligro de leer obras clásicas y que los escolares no sintiesen culpa por ello (Sahuquillo, 2018).

El teatro en el Renacimiento (Siglos XVI y XVII)

Cuando se da la toma de Constantinopla por los turcos en el año 1453, este marcaría el fin de la edad media, sumado a otros factores como cambios sociales hizo surgir una nueva etapa cultural que buscaba traer los clásicos de Grecia y Roma dando inicio al Renacimiento.

El teatro se desarrolla en las cortes italianas con gran despliegue de medios visuales y musicales, acompañado de danza y música, con espectaculares vestuarios y tramoya. Se solía representar una obra, la mayoría de las veces de origen clásico (romana o griega, sobre todo comedia), pero el interés estaba en los llamados intermezzi, donde toda imaginación tenía su lugar. Danzas supuestamente exóticas, moriscas o de la Antigüedad clásica, mundos fantásticos y mitológicos, eran representadas en estos intermedios, que terminaron devorando literalmente al drama o parte teatral. Estos alardes de luces, coreografías, vestuario y escenografía, impidieron el desarrollo de un teatro autónomo, como el que ya empezaba en Inglaterra y España, pero por otra parte aportaron innovaciones considerables a la escenografía y maquinaria teatral. Una de estas innovaciones fue obra de pintores y arquitectos, con el descubrimiento de la perspectiva y sus principios, que permitieron la elaboración de decorados que sugerían las tres dimensiones; con ellos nace la escenografía moderna (Muñoz, 2009).

El teatro en la modernidad

Existiendo una fuerte presencia de la ilustración en el siglo XVIII, surge una nueva necesidad de libertad, esa corriente va tomando el nombre de Romanticismo, que son aquellos que dejan a un lado la razón y se centran en el sentimiento, surgiendo subgéneros como el Melodrama.

En este las tramas se entrecruzan, los personajes son muy delineados y, por lo general, hay un protagonista que es el bueno y un villano que no lo deja ser feliz, además de una fuerte carga emocional y un mensaje moral claro. Dicho género sentó las bases de una forma muy conocida hoy día: las novelas de televisión. La mirada sensible del Romanticismo va demandando cada vez más una concentración en la realidad cotidiana y en captar lo que ocurre en la sociedad. Se observa más detenidamente al ser humano ordinario, la relación entre este y su ambiente; por tanto, la relación entre individuo y sociedad. El compromiso con la realidad del momento hace que se necesite reflejar en el escenario, de la manera más verídica o creíble posible, lo que se observa. Esta preocupación bautiza a una nueva corriente con el nombre de Realismo. Con este se dejan de usar los decorados pintados para introducir en el escenario muebles y accesorios reales (o perfectas imitaciones), y se busca también un tipo de actuación más cotidiana y natural (Ministerio de Educacion y Ciencia de España, 2007).

Teatro Contemporáneo y posmodernidad (Siglos XX y XXI)

Desde el renacimiento en adelante, el teatro parece haberse esforzado en pos de un realismo total, o al menos en la ilusión de la realidad. Una vez alcanzado ese objetivo a finales del siglo XIX, una reacción antirrealista en diversos niveles irrumpió en el mundo de la escena.

En el siglo XX el teatro toma un impulso renovador. Las ideas naturalistas, simbólicas, realistas, impresionistas y neorrománticas, han sumado su influencia a la del cine.

En los comienzos de siglo destacamos en España a Jacinto Benavente y Ramón María del Valle Inclán.

La producción de Jacinto Benavente alcanzó las 130 obras. Destacamos *La noche del sábado*, gente conocida, *Campo de arnillo*, *Rosas de otoño*, *Pepa Doncell*. Recibió el premio Nobel de Literatura en 1922.

Ramón María del Valle Inclán se sitúa en la corriente modernista e impone lirismo a su prosa. Se caracteriza por la suntuosidad de su estilo. Sus principales obras son *Águila de blasón*, *Romance de lobos*, *Cara de plata*, *Divinas palabras* y *Luces de Bohemia*.

Federico García Lorca destaca por el lenguaje lleno de metáforas y por inusitadas figuras renovadoras. Se nutre de lo más genuino y popular de la tierra española. Sus obras más destacadas son *Mariana Pineda*, *Doña Rosita la soltera*, *La zapatera prodigiosa*, *Bodas de sangre*, *Yerma* y *La Casa de Bernarda Alba* (Fernández, 2010).

Los simbolistas hicieron una llamada a la "desteatralización" del teatro, que se traducía en desnudar el teatro de todas sus trabas tecnológicas y escénicas del siglo XIX, sustituyéndolas por la espiritualidad que debía provenir del texto y la interpretación. Los textos estaban cargados de simbología de difícil interpretación, más que de sugerencias. El ritmo de las obras era en general lento y semejante a un sueño (Fernández, 2010).

El teatro en Latinoamérica

Se tienen pocas nociones de cómo pudieron ser las manifestaciones escénicas de los pueblos precolombinos, pues la mayor parte de éstas consistían en rituales religiosos. Existe un único texto dramático maya, descubierto en 1850, el Rabinal-Achi, que narra el combate de dos guerreros legendarios que se enfrentan a muerte en una batalla ceremonial. Su representación depende de distintos elementos espectaculares como el vestuario, la música, la danza y la expresión corporal. A partir de la época colonial, el teatro se basa en los modelos procedentes de España.

No es hasta mediados del siglo XX cuando el teatro latinoamericano ha adquirido cierta personalidad, al tratar temas propios tomando como punto de partida la realidad del espectador a quien va destinado. Se caracteriza por su notable vigor. Surge el teatro social.

El dramaturgo Augusto Boal, en Brasil, desarrolló técnicas de teatro callejero y para obreros, y es autor del texto Teatro del oprimido. Grupos como Rajatabla y La Candelaria se han preocupado por realizar un teatro que sirva como medio de discusión de la realidad social, sin dejar al margen el aspecto espectacular y estético del drama (Fernández, 2010).

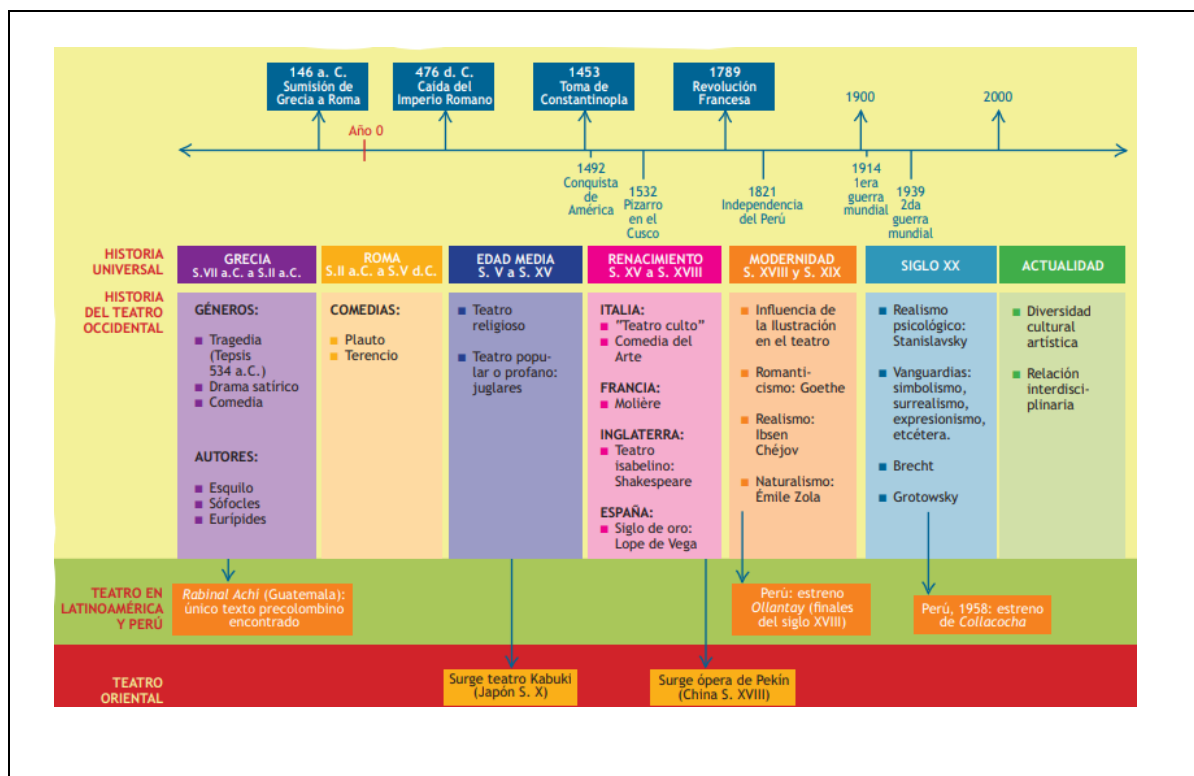


Figura 2. Historia del Teatro, Línea de tiempo de la Historia del Teatro.

Fuente: (Ministerio de Educación y Ciencia de España, 2007).

Posicionamiento

Philip Kotler nos detalla en su libro Fundamentos de Marketing (2003) que el Posicionamiento implica implantar los beneficios distintivos y la diferenciación de la marca en la mente de los consumidores.

Dvoskin (2004) dijo que el posicionamiento responde a una simple pregunta: “Que lugar ocupamos en la mente de los consumidores”. Quizás ninguno, quizás uno desagradable, o quizás uno sumamente atractivo pero muy distante. Sea cual fuere la respuesta las organizaciones necesitan conocerla. Y esta es la herramienta más importante que el Marketing debe utilizar para ayudar a las organizaciones a cumplir con su cometido

El posicionamiento se refiere a determinar una imagen mental de la oferta de productos y servicios y sus características de diferenciación en la mente de los clientes del mercado meta. Esta imagen mental puede basarse en diferencias reales o percibidas entre las ofertas en competencia, el posicionamiento considera las percepciones de los clientes acerca de los beneficios reales o imaginarios que el posee (Ferrel & Hartline, 2012).

Estrategias de Posicionamiento

Las empresas pueden diseñar sus programas de marketing para posicionar y mejorar la imagen de una oferta de producto en la mente de los clientes meta.

- **Fortalecer la posición actual:** La clave para fortalecer la posición actual de un producto es monitorear en forma constante lo que los clientes meta quieren y el grado en el que perciben que el producto satisface esos deseos.
- **Reposicionamiento:** El reposicionamiento incluye un cambio fundamental en cualquiera de los elementos de la mezcla de marketing o incluso en todos ellos, o en el enfoque de nuevos productos o servicios.
- **Reposicionar la competencia:** En muchos casos es mejor intentar reposicionar a la competencia que cambiar la posición propia. Un ataque directo en la fortaleza de un competidor puede poner sus productos en una luz menos favorable o incluso forzarlo a cambiar su estrategia de posicionamiento.

El objetivo del posicionamiento es diferenciar la oferta de producto de la empresa de las de los competidores, al hacer que la oferta sobresalga entre la multitud (Ferrel & Hartline, 2012).

Narrativa Transmedia

El ser humano se enfrenta a una era de convergencia de medios a través de los cuales se genera una basta cantidad de contenido, generado en gran parte por el mismo consumidor. Las nuevas generaciones basan su consumo en la recopilación de información, el estudio y la comparación de la oferta, frente a lo cual la diversidad de medios de comunicación forma parte esencial de esta nueva cultura. (Jenkins, 2003).

La narrativa transmedia, storytelling o, simplemente transmedia no es una estrategia, una moda o una estructura, la narrativa transmedia es un lenguaje definido naturalmente por la evolución de la sociedad contemporánea. Se trata de diferentes lenguajes en diferentes medios aprovechando lo mejor de cada uno y contribuyendo a una historia base. (Scolari, 2013).

El relato transmedia presenta pequeños sucesos fragmentados a través de diferentes plataformas y divididas en diversos formatos de consumo aportando a la historia universal. Scolari (2013) enfatiza que un relato transmedia no busca la separación del contenido, por el contrario, el objetivo es aportar a un universo con microhistorias desplegadas en múltiples medios y plataformas, manteniendo una independencia de consumo y a la vez una relación entre todo el contenido existente. Un proyecto transmediático, podría empezar como una película y trasladarse a un blog, profundizando la biografía de cada personaje y aumentar la experiencia por medio de un videojuego. Como se puede notar, cada contenido agrega valor al universo narrativo. (Rodríguez, 2015)

Jenkins (2007) conceptualizo este lenguaje transmedia como una dispersión de contenido a través de una variedad de canales, buscando así generar experiencias tanto por un consumo único de un cierto contenido, así como de una experiencia plena en virtud de un consumo unificado, al palpar la contribución de cada medio involucrado en el universo

transmedia. Sin embargo no siempre se puede calificar el uso de diferentes plataformas como un modelo de narrativa transmedia, esto en concordancia con Robert Pratten (2011), quien afirma que existe una diferencia fundamental entre los términos de “narrativa transmedia” y “narrativa multiplataformas”, en parte porque la narrativa transmedia busca como principal objetivo la sinergia del contenido, además de enfocarlo hacia una experiencia emocional que genere el enganche de la audiencia y su participación activa.

Por consiguiente, es necesario dejar en claro que la sinergia del contenido es un factor determinante al momento de crear y desarrollar el “storytelling”. Tradicionalmente el mundo del entretenimiento adaptaba sus historias a las diferentes plataformas, impidiendo ser contadas de la misma manera. La narrativa transmedia plantea la utilización de las diferentes plataformas por separado y que actúen de manera independiente como argumenta Jenkins, pero que cuando todo este conjunto sea unido, produzca una concordancia y mayor satisfacción en el consumidor, tal como muestra la figura 1.

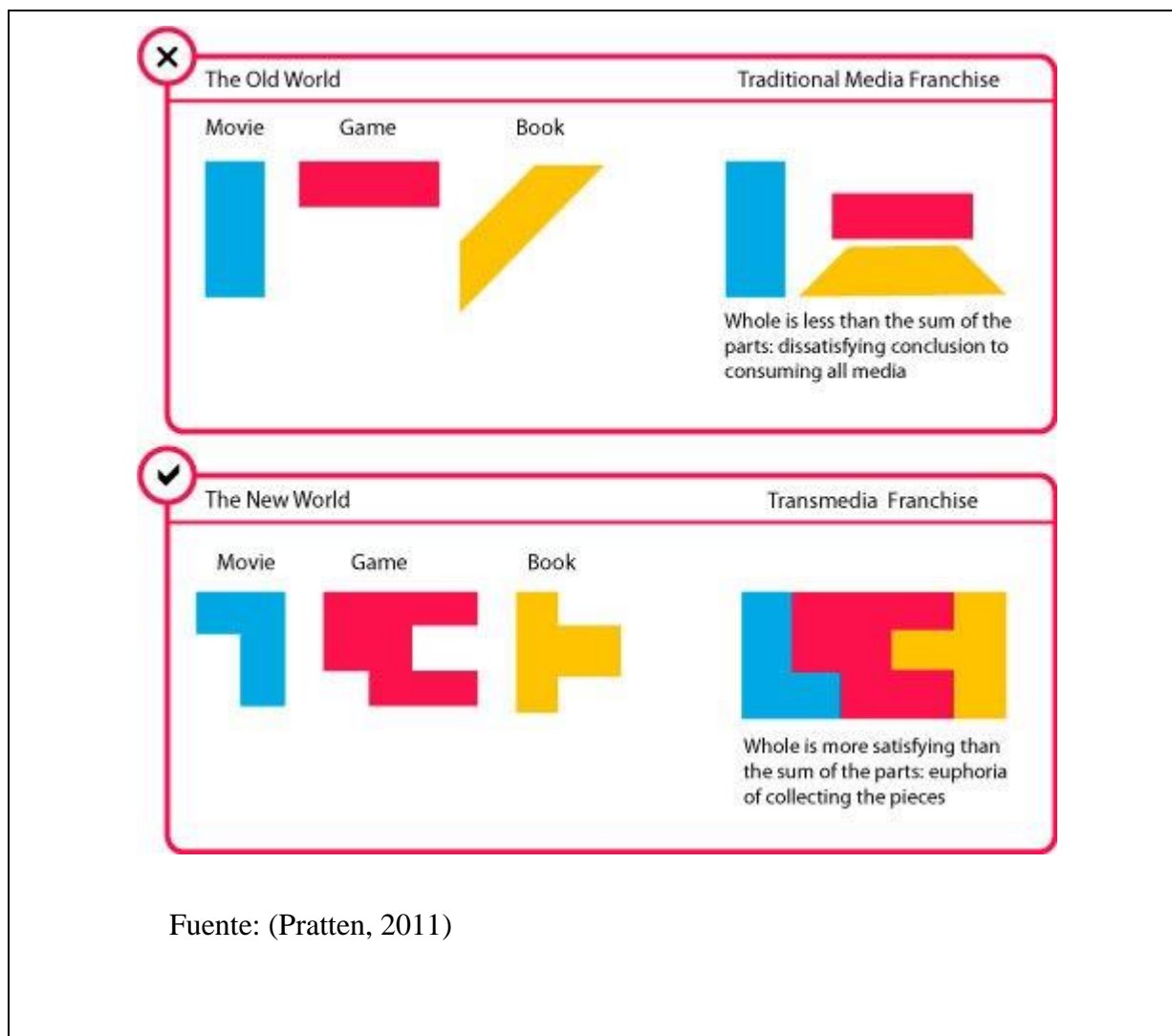


Figura 3. What is Transmedia.

Nota: comparación de los contenidos mediáticos tradicionales VS los contenidos transmediales.

Por otro lado, el consumidor ha evolucionado en cuestión de consumo y aceptación del contenido, así lo argumenta (Miran Galbe & Figuero Espadas, 2016), esto debido a que el espectador o la audiencia de la actualidad ya no es más pasiva frente a la televisión, por el contrario, se han convertido en un espectador que busca información del tema en cuestión, que comenta sus inquietudes y crea nuevas historias a partir del contenido consumido.

Este cambio (de la distribución a la circulación) supone un movimiento hacia un modelo de cultura más participativo que considera al público no solo como consumidores de mensajes preconstruidos sino como personas que están dando forma, compartiendo, remarcando y remezclado el contenido de los medios de una manera que antes era quizás inimaginable, catalogando a estos nuevos consumidores activos como prosumidores (Jenkins, Ford, & Green, 2013).

La generación que simplemente se sienta frente a una pantalla a ver el contenido, está próxima a su extinción, las nuevas generaciones se dirigen hacia una ideología de consumo más informado y para ello se apoyan en los diferentes medios y con diferentes modalidades de consumo, según Scolari (2013) Esta generación se ha vuelto más atrevida y con ambiciones más grandes, puesto que no solo se conforman con ver el contenido, también buscan generar su propio contenido y aportando a la historia central. Según Toffler (1985), se trata de una audiencia que consume y produce contenido y que recibe el nombre de prosumidor.

Principios de la narrativa transmedia

Según Jenkins (2009) existen siete principios que debe cumplir la narrativa transmedia:

La expansión vs la profundidad

Se refiere al comprometimiento que el público tiene con el proyecto al hacer circular el contenido por medio de los diferentes medios como por ejemplo las redes sociales, con ello se obtiene un mayor valor para el proyecto tanto de manera económica como de manera simbólica y cultural. (Jenkins, 2009)

Continuidad vs Multiplicidad

La continuidad se refiere a la coherencia que debe existir entre los diferentes mundos narrativos dentro del universo transmedia; mientras tanto la multiplicidad según Jiménez (2016), hace hincapié en la capacidad del relato para poder acceder a nuevos personajes o nuevos mundos, lo cual permite un mayor provecho para el usuario. (Jenkins, 2009)

Inmersión vs Extracción

Bajo este principio el consumidor puede vivir la experiencia del relato, al tener acceso a diferentes mundos y personajes dado la facilidad de inmersión que presenta la historia, además, genera en el usuario ese interés por tomar características del universo narrativo y hacerlas suyas en la vida cotidiana. Construcción de mundos posibles

Mientras más mundos presentes un universo narrativo, será más profundo el relato de cada microhistoria, por lo tanto, habrá mayor número de involucrados, es decir personajes, lo cual conlleva a tener mayor cantidad de relatos, enriqueciendo la macro historia (Jenkins, 2009).

La serialidad

Para construir una serie es necesario generar un contenido fragmentado que captive a la audiencia y despierte el interés por conocer cada uno de estos fragmentos distribuidos en múltiples entregas. No obstante, cuando se habla de narrativa transmedia, nos referimos a una serialidad distribuida por diversos medios o plataformas. (Jenkins, 2009)

Subjetividad

Se trata de los diferentes puntos de vista que puede tomar la historia para cada consumidor en consecuencia del seguimiento, comparación y contraste que genera. Según Jiménez (2016) hay tres elementos que conllevan a este escenario: “ampliación de la línea de tiempo de la historia a partir de relatos alternativos que se relacionan con el material ya

publicado; mayor énfasis en algunas dimensiones inexploradas de los mundos de ficción; y, por último, mayor visibilidad de las experiencias y perspectivas de los personajes secundarios”.

Prosumidores

Se refiere específicamente a la participación activa de los consumidores dentro de la historia agrandándola y aumentando su valor. Según Jiménez (2016) lo fundamental para influir de esta manera en los consumidores es la experiencia que genera el relato, lo cual no solo depende de la misma narrativa, por el contrario, involucra otros aspectos como la plataforma utilizada, el lugar en donde se desarrolla la historia, el contexto de recepción de la historia e inclusive el tipo de interactividad que se establece con el relato; convirtiendo así a los consumidores en prosumidores.

4. Marco contextual o situacional

4.1 Contexto y lugar donde se desarrollará el estudio

La investigación está dirigida a individuos que les gusta el teatro y estará centrada en los Teatros del centro Histórico del distrito metropolitano de Quito, especialmente en los teatros de la Fundación Teatro Nacional Sucre que están integrados por el Teatro Nacional Sucre, Teatro México y Teatro Variedades Ernesto Albán.

4.2 Delimitación temporal

La Fundación Teatro Nacional Sucre (FTNS) es una institución de derecho privado, sin fines de lucro y es parte de la Alcaldía del Distrito Metropolitano de Quito. La FTNS está integrada por tres escenarios: Teatro Nacional Sucre, Teatro México y Teatro Variedades Ernesto Albán (Cultura, 2018).

Y el actor y director argentino Arístides Vargas, residente en Quito desde hace tres décadas y director del grupo Malayerba, coincide con García. “En los últimos años el teatro ha tenido un desarrollo bastante sostenido, que ya hace hablar de una identidad teatral acentuada que nos hace ser reconocidos en el país y fuera de él”, afirma (DIARIO EL UNIVERSO, 2010).

Para la presente investigación tomaremos como base informativa y fotográfica para nuestra página Web y Redes Sociales a los teatros de la “Fundación Teatro Nacional Sucre” y determinaremos a la narrativa transmedia como herramienta de posicionamiento para estos teatros.

5. Desarrollo metodológico

5.1 Enfoque de investigación Cualitativo

En la presente Investigación aplicaremos el enfoque cualitativo ya que utilizaremos a la Narrativa Transmedia como método para el posicionamiento de los teatros del Centro Histórico del Distrito Metropolitano de Quito.

(Hernández, 2014), menciona que el Enfoque cualitativo utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación.

5.2 Tipología de investigación

5.2.1 Por su finalidad Aplicada

La Investigación es un proceso que, mediante la aplicación del método científico, procura obtener información relevante y fidedigna, destinada a entender, verificar, corregir, o aplicar el conocimiento, dentro de esta tenemos a la investigación básica mejor conocida como pura, teórica o dogmática que se caracteriza por que se origina en un marco teórico o permanece en él, el objetivo es incrementar los conocimientos científicos (Muntané, 2010)

La investigación aplicada recibe el nombre de “investigación práctica o empírica”, que se caracteriza porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos adquiridos, a la vez que se adquieren otros, después de implementar y sistematizar la práctica basada en investigación. El uso del conocimiento y los resultados de investigación que da como resultado una forma rigurosa, organizada y sistemática de conocer la realidad (Vargas, 2009).

5.2.2 Por las fuentes de información Documental y de Campo

La investigación documental es una serie de métodos y técnicas de búsqueda, procesamiento y almacenamiento de la información contenida en los documentos, en primera instancia, y la presentación sistemática, coherente y suficientemente argumentada de nueva información en un documento científico, en segunda instancia. De este modo, no debe entenderse ni agotarse la investigación documental como la simple búsqueda de documentos relativos a un tema (Tancara, 1993).

El punto de vista sobre el campo que permanece dominante entre los psicólogos sociales es el que considera el campo como un lugar donde las personas pueden ser vistas en su “hábitat natural”. Cuando el investigador está en este lugar y está colectando datos, está en el campo. Estar en el campo puede ser un proceso largo de convivencia y de observación-participante, o solamente una secuencia de visitas. Al retornar del campo, el investigador analizará sus datos, discutirá su relevancia teórico-científica y publicará sus conclusiones (Spink, 2005).

5.2.3 Por las unidades de análisis Insitu

Este tipo de investigación es también conocida como investigación in situ ya que se realiza en el propio sitio donde se encuentra el objeto de estudio. Ello permite el conocimiento más a fondo del investigador, puede manejar los datos con más seguridad y podrá soportarse en diseños exploratorios, descriptivos y experimentales, creando una situación de control en la cual manipula sobre una o más variables dependientes (efectos) .Por tanto, es una situación provocada por el investigador para introducir determinadas variables de estudio manipuladas por él, para controlar el aumento o disminución de esas variables y sus efecto en las conductas observadas (Graterol, 2011).

Esta Investigación se realizará en el Distrito Metropolitano de Quito en el sector del Centro Histórico donde encontramos a los teatros de la “Fundación Teatro Sucre”, que son el “Teatro Sucre”, “Teatro Variedades” y el “Teatro México”, en los cuales utilizaremos a la narrativa transmedia como método de posicionamiento.

5.2.4 Por el control de las variables Experimental

Se utilizan para el avance del conocimiento y en ocasiones resulta más apropiado un tipo u otro, dependiendo del problema de investigación al que nos enfrentemos, dentro de la investigación no experimental estamos más cerca de las variables formuladas hipotéticamente como “reales” y, en consecuencia, tenemos mayor validez externa (posibilidad de generalizar los resultados a otros individuos y situaciones comunes). En el caso de los experimentos donde se involucran seres humanos, una desventaja es que normalmente se selecciona un número de individuos poco o medianamente representativo respecto a las poblaciones que se estudian (Hernandez, 2014).

Analizando el concepto planteado podemos determinar que la Investigación es de carácter experimental ya que vamos a experimentar con distintos mundos transmediales con la finalidad de crear distintas experiencias con el usuario.

5.2.5 Por el alcance Descriptivo

(Hernández, 2014) nos figura que los estudios descriptivos buscan especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población.

Mediante este estudio vamos a determinar cómo nuestras variables que son la narrativa trasmedia y el posicionamiento se complementan para proponer una nueva forma de presentar a los Teatros del Centro Histórico de Quito con usuarios nuevos y existentes.

5.4 Instrumentos de recolección de información Grupo de enfoque y Redes Sociales

Hernández (2014) detallo que en los grupos de enfoque existe un interés por parte del investigador por cómo los individuos forman un esquema o perspectiva de un problema a través de la interacción.

Las redes sociales se están consolidando como un ambiente notable de socialización. En Europa, más de 476 millones de personas utilizan Internet (número que representa un 58% de la población del continente) y más de la mitad de estos usuarios manejan alguna red social (sólo el Facebook tiene más de 1000 millones de usuarios en el mundo) (Cerviño, 2013).

6. RESULTADOS

- **Para artículos metodológicos: Aplicación del método**

La narrativa transmedia es un lenguaje definido naturalmente por la evolución de la sociedad contemporánea, denominada por algunos autores como neoposmoderna, aunque la propia posmodernidad sea cuestionada por otras líneas investigativas. Construir una narrativa a partir de los conceptos transmedia no es más una opción, sino una necesidad para obtener éxito. En ambientes móviles, es imposible pensar en un proceso comunicacional de una vía, a partir de uno o pocos modelos de discurso, o bien sin tener en cuenta la importancia del prosumidor. Si no se adaptan los conceptos, difícilmente se alcanzarán los resultados esperados cuando el contenido es destinado a ciudadanos conectados, sea en el cine, la publicidad, el periodismo, la literatura, la educación o la política (Campalans & Renó, 2012).

Para la presente investigación vamos a detallar una propuesta dirigida a los usuarios que gustan del teatro, tomando como historia central al “fantasma de Ópera” cuyo autor es Gastón Leroux, y utilizando a la Narrativa transmedia como herramienta para creación de nuestro sitio web y redes sociales, por medio del cual buscamos presentar una nueva forma de ver y promocionar a los teatros de la “Fundación Teatro Nacional Sucre” cuya ubicación se encuentra en el Centro Histórico de Quito, generando una interacción directa con el usuario.

Página Web “Teatro Transmedia UIO”

Raffino (2018) detallo que se conoce como página Web, página electrónica o página digital a un documento digital de carácter multimediático (es decir, capaz de incluir audio, video, texto y sus combinaciones), adaptado a los estándares de la World Wide Web (WWW) y a la que se puede acceder a través de un navegador Web y una conexión activa a Internet. Se trata del formato básico de contenidos en la red

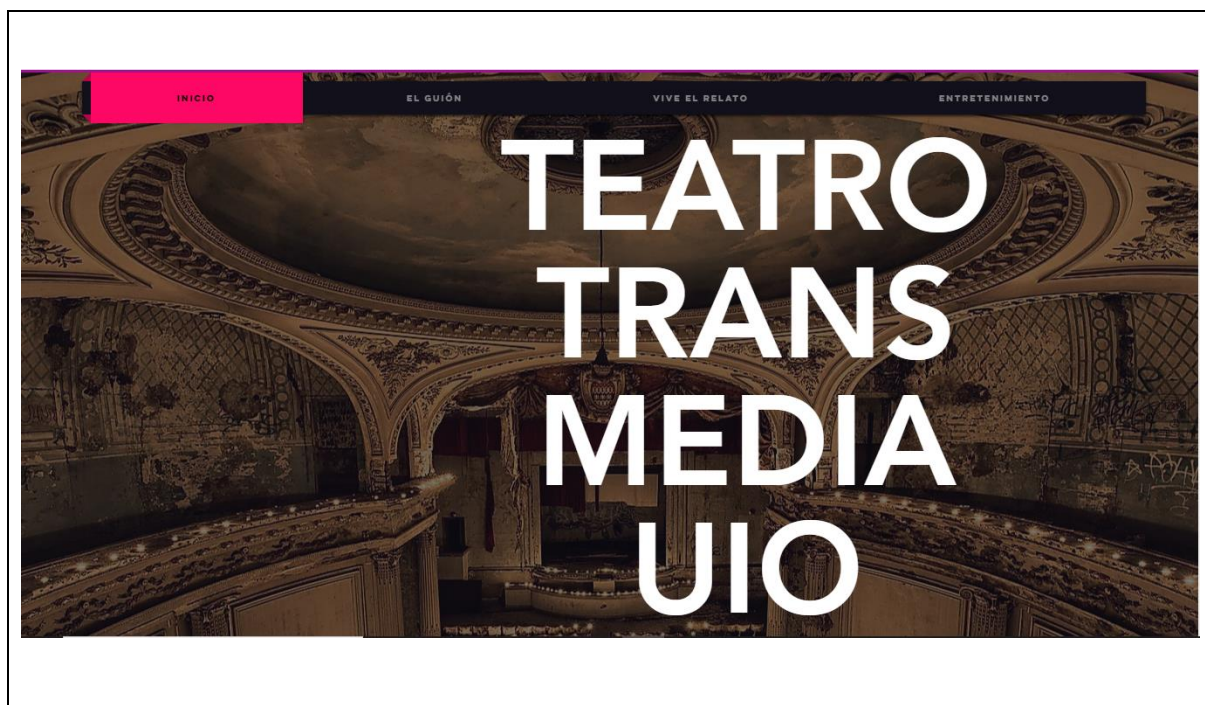


Figura 4. Página de Inicio.

Nota: Pestaña de inicio página web “Teatro Transmedia UIO”.

Esta página web está elaborada con el fin de atraer al usuario a vivir una experiencia diferente mediante la cual va a poder disfrutar de un universo transmedia llamado el “Fantasma de la Ópera” por medio de tres diferentes ejes los cuales son el drama, el misterio y el romance.



Figura 5. Página de Inicio.

Nota: Explicación del proyecto.

Este proyecto trata de focalizar a tres teatros importantes que son parte de la “Fundación Teatro Nacional Sucre”, la cual se encuentra ubicada en Centro Histórico de la ciudad de Quito, en el cual hemos caracterizado la esencia más importante de cada uno en los que tenemos al Teatro Sucre que viene representado por el drama, el Teatro México que viene representado por el misterio y el Teatro Variedades Ernesto Albán que viene representado por el romance, cada uno de estos viene adaptado con una experiencia diferente para el usuario.



Figura 6. Página de Inicio.

Nota: Universo Transmedia “El Fantasma de la Ópera”.

Para este Universo Transmedia decidimos adaptar una obra de alto reconocimiento conocida como el “Fantasma de la Ópera” escrita por Gastón Leroux en la cual hemos adaptado los tres principales escenarios como son el drama, el misterio y el romance que caracterizan a los teatros de la “Fundación Teatro Nacional Sucre”.

El Guion



Figura 7. Pestaña El Guion.

Nota: Video Explicativo del proyecto.

El teatro transmedia adapta una de las principales características de la Narrativa Transmedia la cual es contar historias a través de varios relatos, en donde los usuarios son participes durante el proceso de realización y publicación de estas historias.

Este contenido busca generar con el usuario una conexión enganche y seguimiento para emitir contenido único y de calidad para cada teatro, una de sus principales características es que contamos una misma historia, pero desde diferentes enfoques.

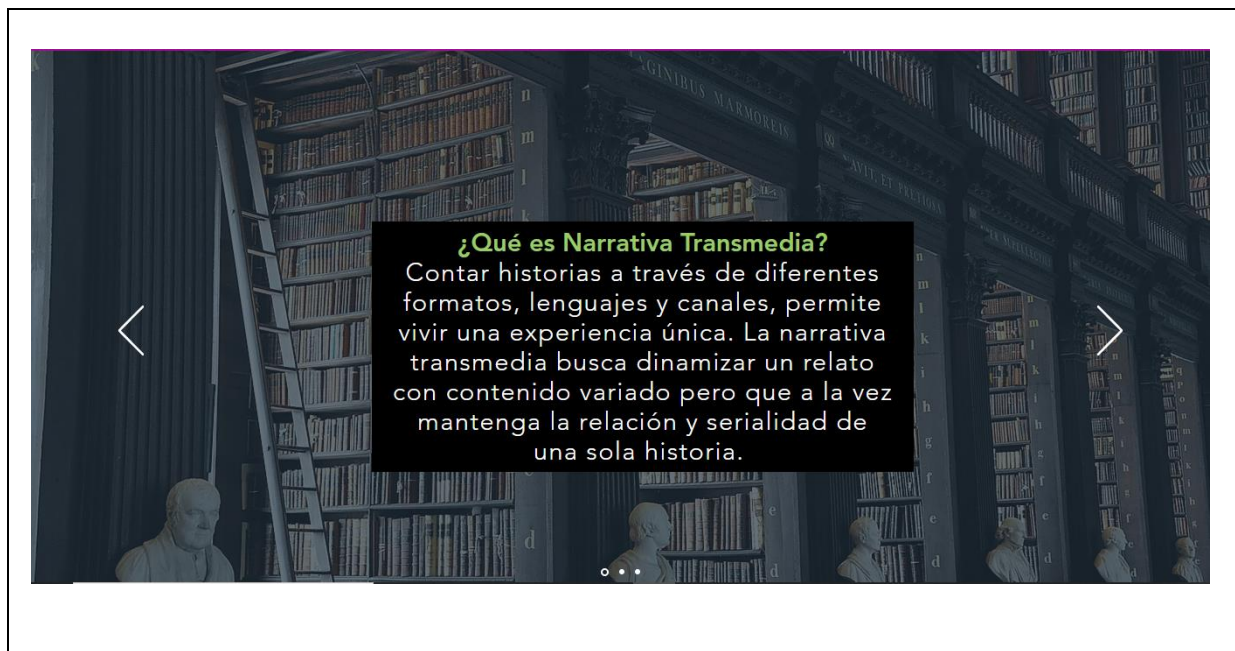


Figura 8. Pestaña: El Guion.

Nota: Explicación sobre la narrativa Transmedia.

En esta parte del Guion explicamos lo que se refiere a la narrativa transmedia que es contar historias a través de diferentes formatos, lenguajes y canales que permiten vivir una experiencia única.

La narrativa transmedia busca crear diferentes mundos dentro de un mismo Universo, y es lo que vamos a plasmar en nuestra página web con el “Fantasma de la Ópera como universo central.

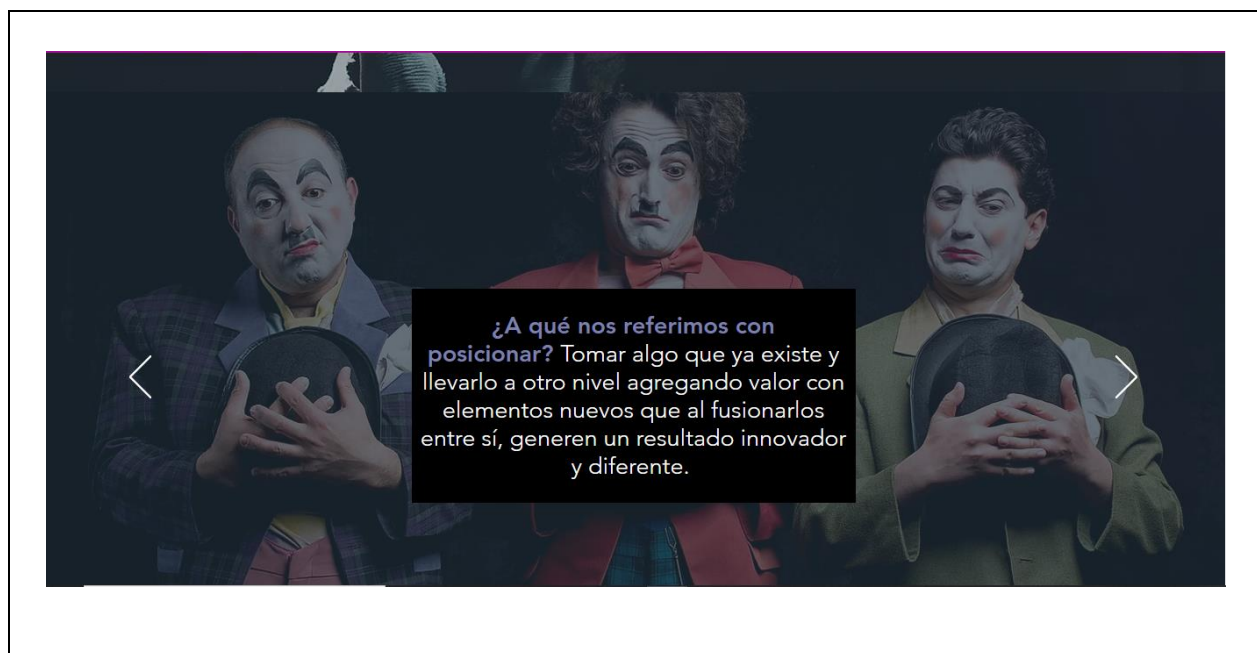


Figura 9. Pestaña: El Guion.

Nota: Explicación sobre el posicionamiento.

Explicamos también nuestra otra variable la cual es el posicionamiento, para lo cual explicamos que es posicionar lo cual es tomar algo ya existente en nuestro caso el Universo teatral, dándole un valor agregado el cual es contar diferentes historias partiendo de una historia central, generando un resultado innovador y diferente, siempre tomando en cuenta la característica principal que es la interacción en vivo con los actores.

Vive el Relato



Figura 10. Pestaña: Vive el Relato.

Nota: Opening de la obra “El Fantasma de la Ópera”.

En esta sección de la página web presentamos la obra “El Fantasma de la Ópera” que es una obra gótica literaria escrita originalmente por Gastón Leroux. La obra se inspira en hechos reales y narra los acontecimientos suscitados dentro de la Ópera de París durante los últimos años del siglo XIX.

Teatro Sucre (Drama)

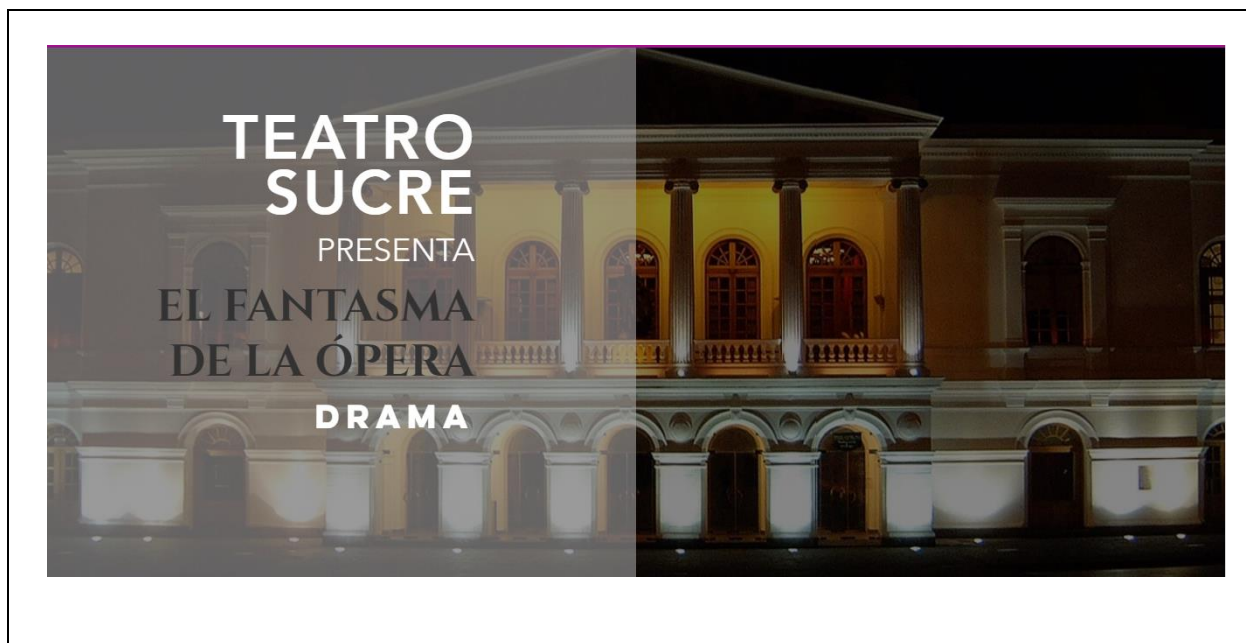


Figura 11. Teatro Sucre.

Nota: Mundo Teatro Sucre “El Fantasma de la Ópera”.

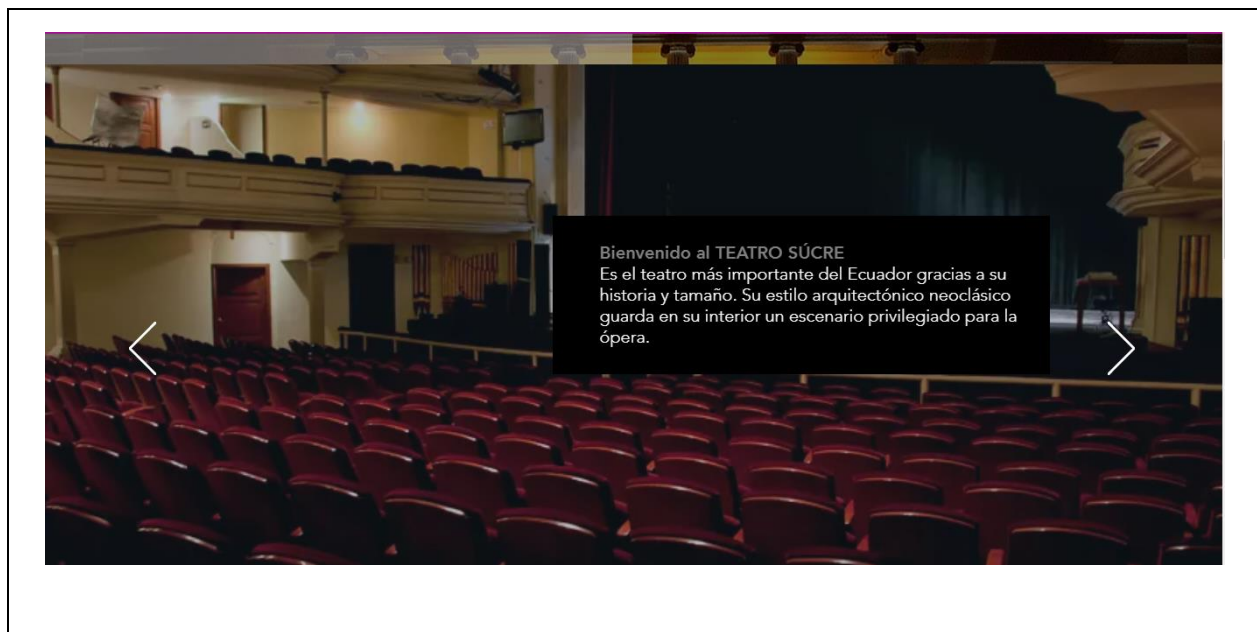


Figura 12. Mundo: Teatro Sucre.

Nota: Descripción del Teatro Sucre género “drama”.

Para la representación del “Teatro Sucre”, hemos elegido al drama ya que por la naturaleza de sus funciones los musicales predominan entre su programación.

El teatro Nacional Sucre es uno de los tetaros más antiguos de Sudamérica y de la ciudad de Quito, además de ser el teatro más prestigioso del Ecuador, con una arquitectura inspirada en el teatro italiano, fue inaugurado por el presidente José María Placido Caamaño en el año 1886 (Salvador, 2009).



Figura 13. Cuadro Informativo "drama".

Nota: mensaje informativo de los musicales “El Fantasma de la Ópera”.

Para el contenido del Teatro Nacional Sucre hemos escogido a los musicales que encajan muy bien con la esencia del teatro, para lo cual hemos recopilado materia audiovisual de los diferentes musicales presentados a lo largo de la trama de el “Fantasma de Ópera”



Figura 14. Musical Think Of Me.

Nota: Video del musical "Think of me".

Uno de los principales musicales presentados a lo largo de la obra es "Think of me" que se puede apreciar en los primeros minutos de la obra, en los que la protagonista de la obra da a conocer su talento, proporcionando diversión y entretenimiento a los visitantes de la página web.

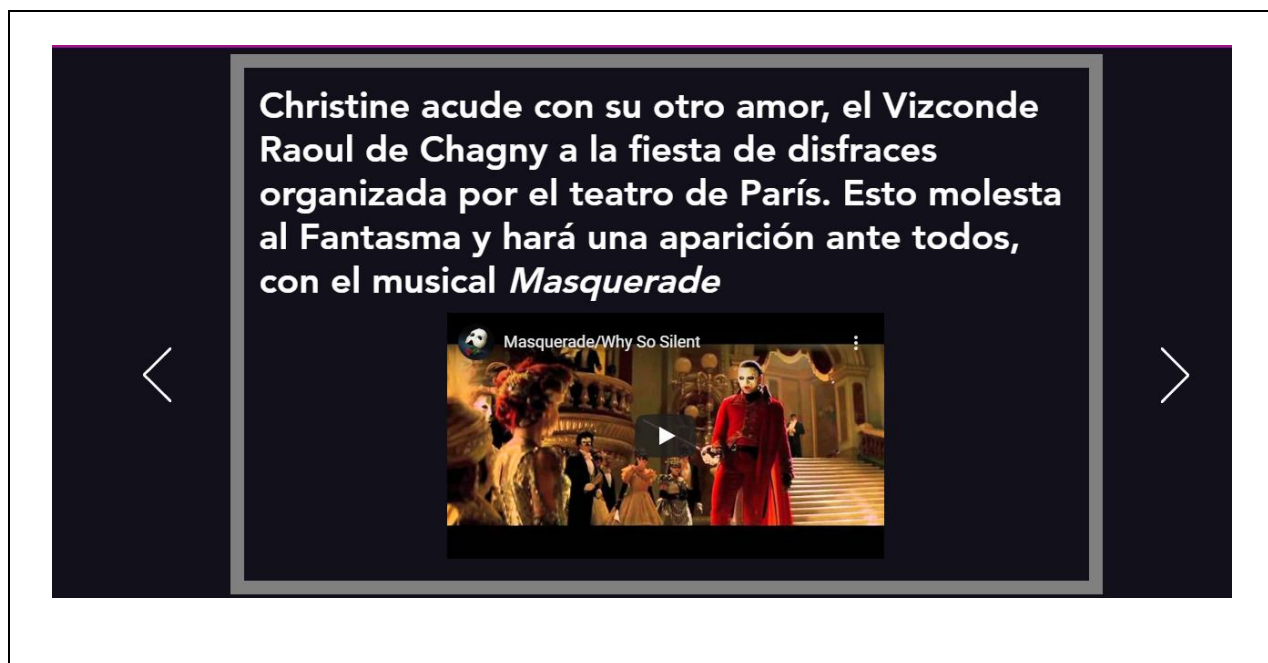


Figura 15. Musical Masquerade.

Nota: Video del musical “Masquerade”.

” Masquerade” es otro de los musicales más importantes que se puede apreciar en la obra, esto le da realce a nuestra página ya que publicamos las presentaciones en vivo de los actores y se puede apreciar las voces en vivo y la escenografía que se maneja dentro de un teatro.

Una de las características principales de este género es que se representan acciones humanas conflictivas y en la que vemos una escenificación perfecta por parte de los actores, dentro de esta experiencia se destaca las presentaciones en vivo de los actores, el usuario puede presenciar por medio de videos cortos una parte del show y analizar todo el potencial de esta obra, buscando así afianzar la conexión con el mismo.

Teatro México (Misterio)



Figura 16. Teatro México.

Nota: Mundo Teatro México “El Fantasma de la Ópera”.

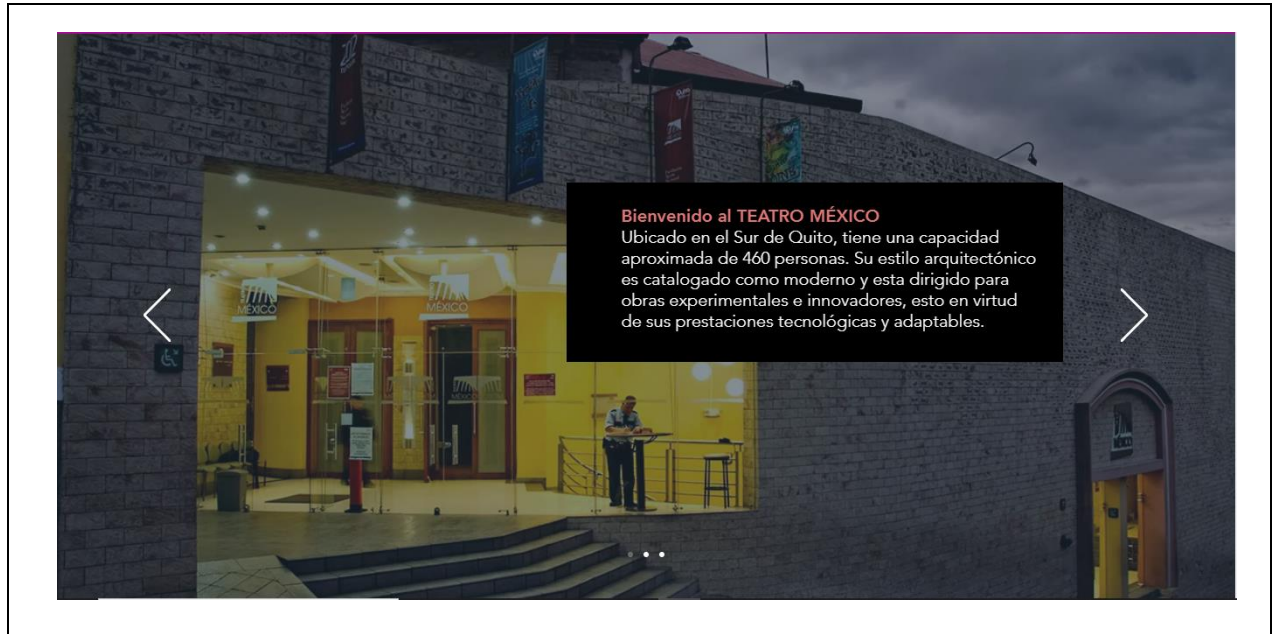


Figura 17. Mundo Teatro México.

Nota: Descripción Teatro México género “misterio”.

Para la representación del “Teatro México”, hemos elegido al misterio ya que es un espacio cultural experimental que promueve la creación de nuevos usuarios y públicos.

El Teatro México forma parte del grupo de teatros administrados por la “Fundación Teatro Nacional Sucre”, cuenta con un escenario moderno dotado con alta tecnología, en los que destaca su sonido e iluminación que lo han llevado a ser uno de los teatros más modernos de América Latina, fue reinaugurado en el año 2008 y al tener un escenario móvil posibilita la adaptación de diferentes usos escénicos (Salvador, 2009).



Figura 18. Relato "El fantasma de la ópera".

Nota: Audio de "El fantasma de la ópera" tomado desde el género del “misterio”.

Para el contenido del Teatro México hemos escogido a los sonidos ya que encajan muy bien con el suspenso y en la cual destacamos el lado más terrífico de la obra “El Fantasma de la Ópera”, para lo cual hemos recopilado relatos y sonidos adaptados para que el público pueda disfrutar de una experiencia totalmente diferente ya que jugamos con sus sentidos haciendo compaginar tanto al oído y a la mente.

Este audio tiene una duración de seis minutos aproximadamente en donde el usuario puede escuchar una pequeña reseña de la obra tomando como protagonista al suspenso, este género busca mantener al público en un estado de tensión, sin saber lo que le puede ocurrir a cada personaje de la historia, lo que genera mayor atención al desarrollo de la historia.

Teatro Variedades Ernesto Albán (Drama)



Figura 19. *Teatro Variedades "Ernesto Albán".*

Nota: Mundo Teatro Variedades “El fantasma de la ópera”.



Figura 20. Mundo Teatro Variedades.

Nota: Nota: Descripción Teatro Variedades género “romance”.

Para la representación del “Teatro Variedades Ernesto Alban”, hemos elegido al romance ya que es un espacio complementario al Teatro Nacional Sucre, en el cual funciona como un teatro café.

El “Teatro Variedades Ernesto Alban” se encuentra ubicado en el Centro Histórico de la ciudad de Quito junto al Teatro Sucre, es parte de los teatros administrados por la “Fundación Teatro Nacional Sucre”, fue construida en el año 1913 y es una de las edificaciones emblema de la ciudad, antes tuvo el nombre de Cine Variedades (Salvador, 2009).

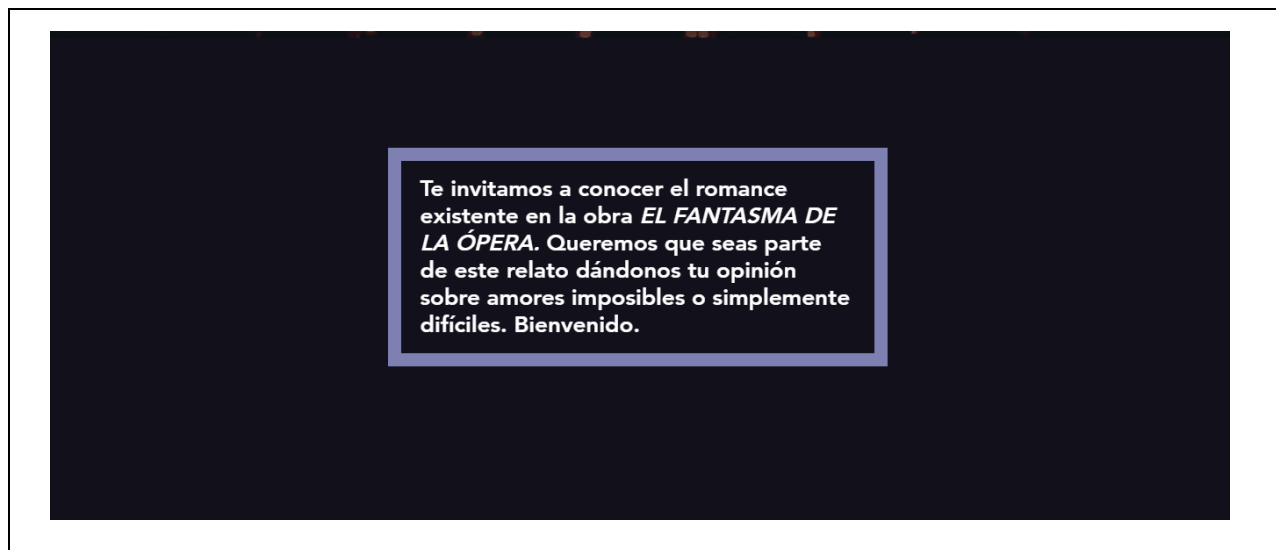


Figura 21. Cuadro informativo género "romance".

Nota: Mensaje informativo sobre el relato "El fantasma de la ópera".



Figura 22. Video informativo género "romance".

Nota: Video explicativo sobre la parte de romance de la obra el "Fantasma de la ópera".

Para el contenido del Teatro Variedades Ernesto Albán hemos optado por la creación de un blog en la que hemos una reseña de la parte romántica de la obra “El Fantasma de la Ópera en la cual queremos generar un vínculo con el lector con el fin de que este interactúe y forme parte de esa historia, cada lector tiene la posibilidad de participar con su comentario contando sus anécdotas personales relacionadas a la obra.

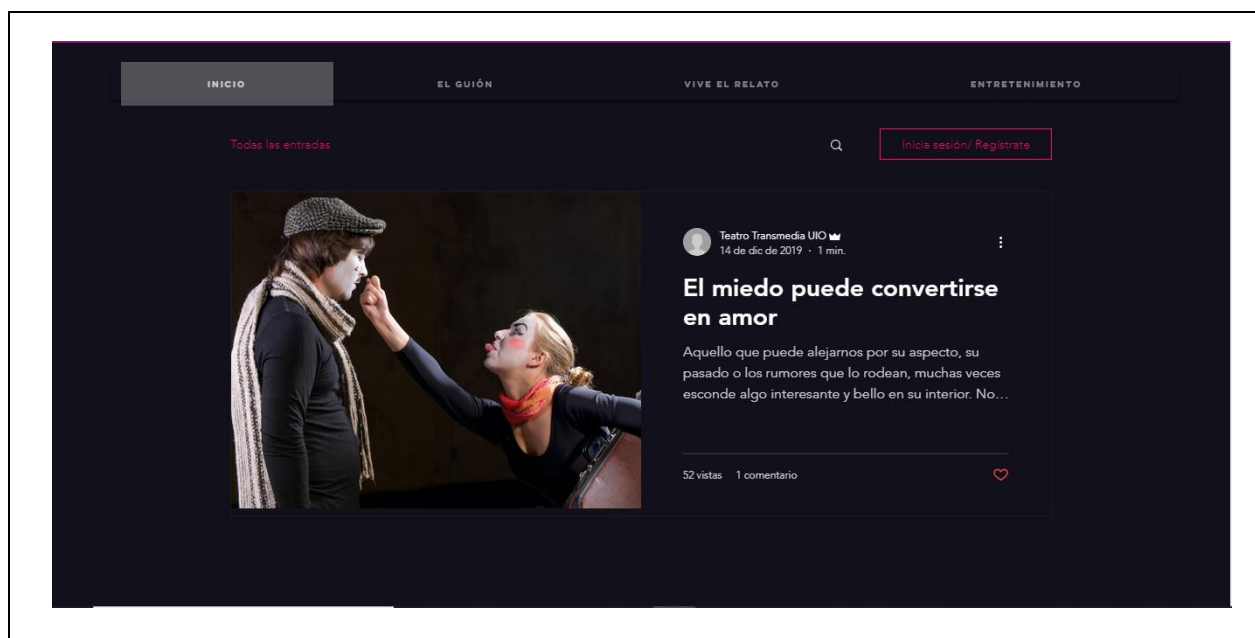


Figura 23. Presentación blog "El miedo puede convertirse en amor".

Nota: Introducción al blog “El miedo puede convertirse en amor”.

El título de nuestro Blog es “El miedo puede convertirse en Amor”, que lo hemos tomado de la obra “El fantasma de la Ópera”, en la cual se busca generar interacción con los lectores a fin de que estos tomen esta historia como propia.

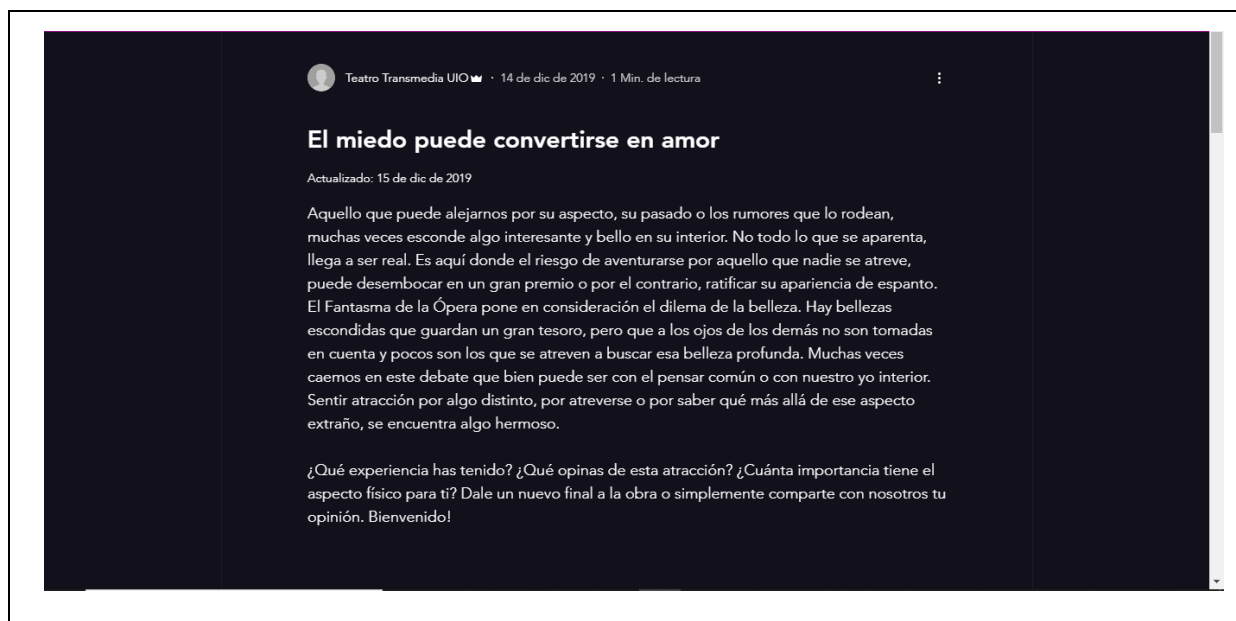


Figura 24. Blog: El miedo puede convertirse en amor.

Nota: Opening Blog “El miedo puede convertirse en amor”.

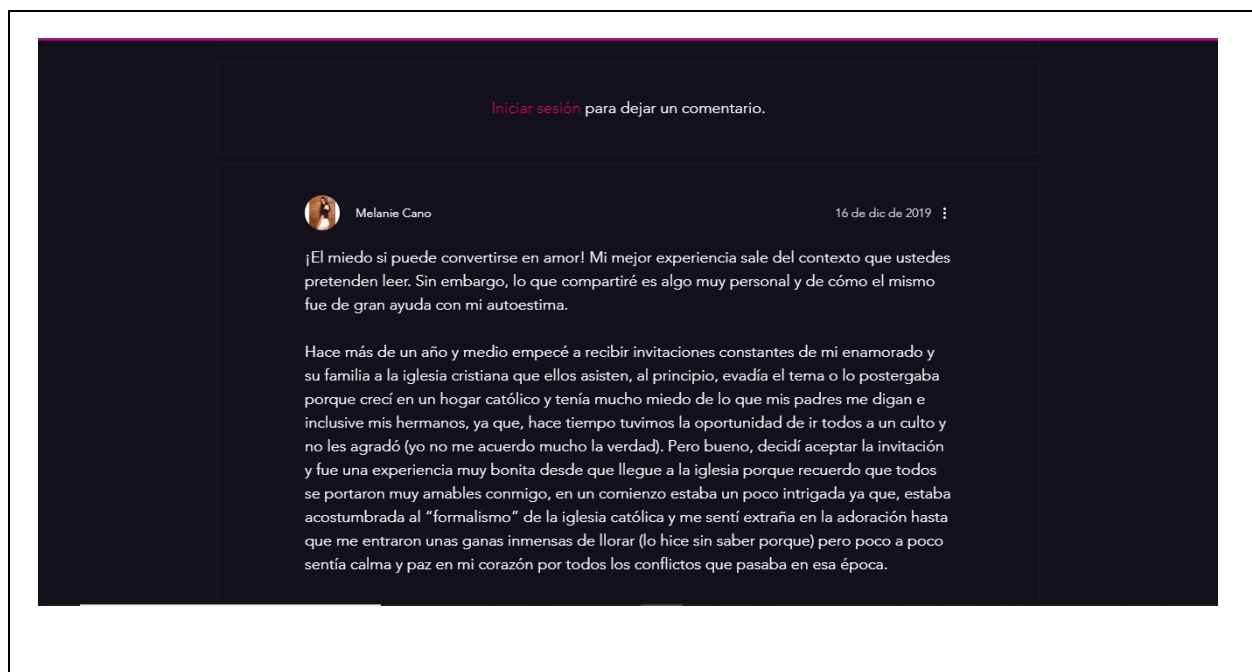


Figura 25. Interacciones en el Blog.

Nota: Interacciones de los lectores en el blog “El miedo puede convertirse en amor”.

Buscamos con este Blog saber qué opinión tiene el público sobre esta obra, y cuál es su punto de vista sobre este, podemos decir que este blog es una evolución de un diario personal, en la cual los lectores en vez de escribirlas en papel ahora lo pueden publicar en este espacio y es una muy buena herramienta de posicionamiento.

Juegos sobre el “Fantasma de la Ópera”

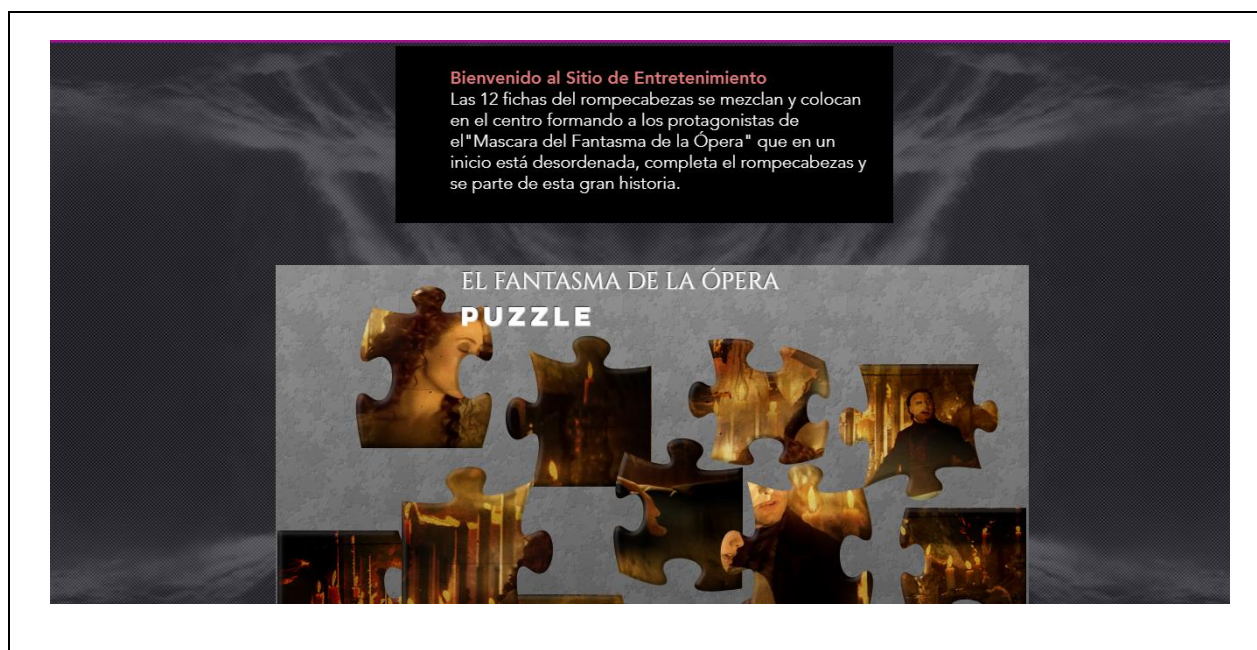


Figura 26. Pestaña: Entretenimiento.

Nota: Descripción de la pestaña de entretenimiento.

Es importante destacar las partes importantes de la obra y una de ellas son sus protagonistas, por medio de este juego buscamos que el público se lleve una última experiencia de todo lo recorrido armando un rompecabezas.

Redes Sociales

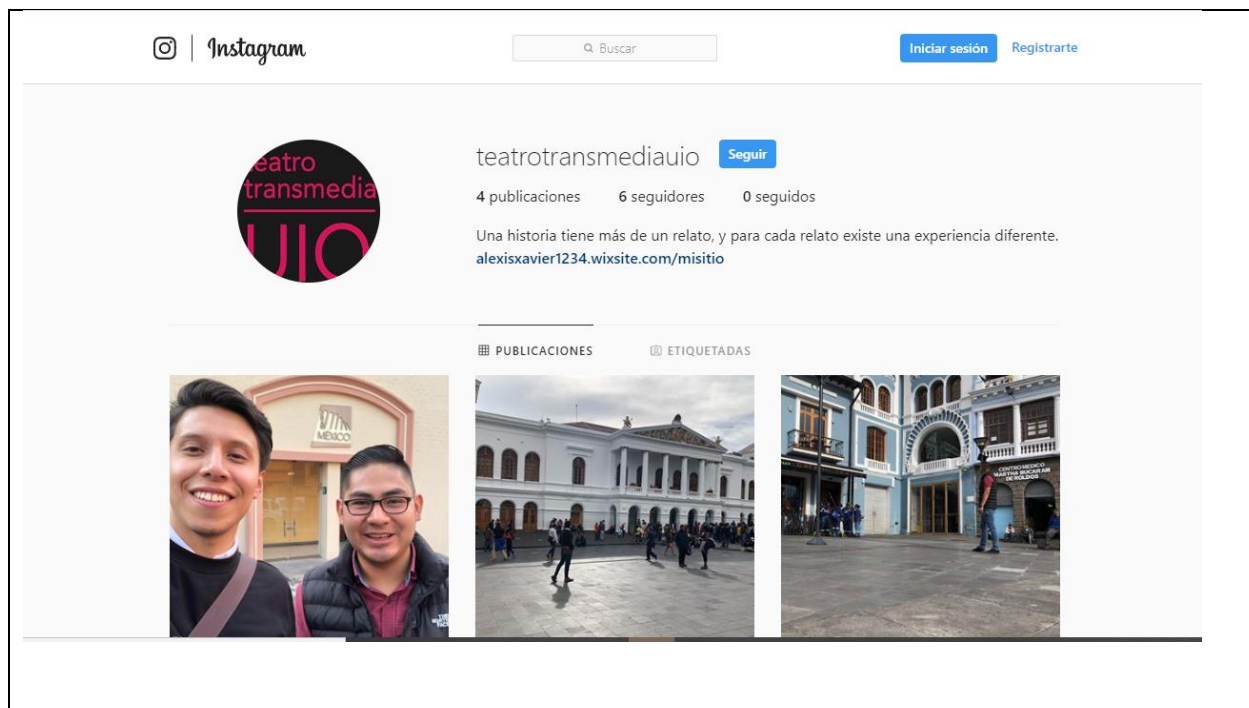


Figura 27. Perfil de Instagram.

Nota: Perfil de Instagram “Teatro Transmedia UIO”.

(Castañeda & Gutiérrez, 2010) nos dicen que las Redes Sociales son una herramienta de comunicación que tiene como base la Web y conecta con grandes grupos de individuos, organizaciones, grupos, etc. Esta herramienta tiene como finalidad realizar publicaciones sean estas fotos, videos, gifts y compartirlas con el público en general.

Contamos con un perfil en Instagram llamado Teatro Transmedia UIO, en donde cada día estamos subiendo fotos y videos sobre todo lo relacionado con el proyecto, actualmente contamos con 11 publicaciones y tenemos proyectado hacer más de 5 publicaciones diarias y seguir cosechando mayor número de seguidores.

YouTube es una plataforma digital que ha sido diseñada para alojar vídeos que los usuarios puedan consumir cuando les apetezca. Además, a través de ella también puedes emitir vídeos en directo y grabarlos para compartirlos posteriormente, por ello podríamos considerarla como un tipo de televisión a la carta, además de una red social audiovisual, dado que puedes permitir que otros usuarios se suscriban a tu propio canal y que comenten tus contenidos, para así obtener feedback de tus seguidores y suscriptores (Facchin, 2018).

Nos manejamos con un canal en la plataforma YouTube llamado Teatro Transmedia, en donde estamos colocando contenido sobre el proyecto y sobre nuestra obra de fondo que es “El fantasma de la Ópera”, elegimos esta plataforma ya que en la actualidad es uno de los buscadores más utilizados por todas las personas que se encuentran en la web y por la cual podemos obtener un mayor protagonismo.

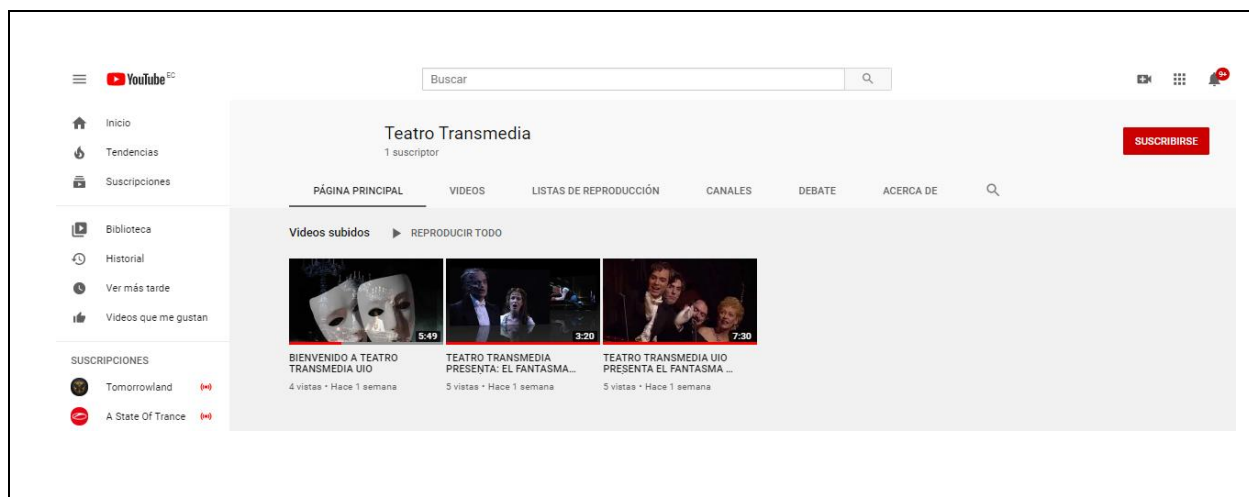


Figura 28. Canal de YouTube.

Nota: Canal de YouTube “Teatro Transmedia”.

Capítulo IV: Discusión

Conclusiones

- La metodología empleada en esta investigación está centrada en la narrativa transmedia que se desarrolló en base a los objetivos planteados, con un enfoque cualitativo en el cual recolectamos y analizamos información para la elaboración de nuestra propuesta, con una tipología básica ya que buscamos proponer una nueva forma de hacer Marketing, se utilizó fuentes documentales como revistas, papers para poder obtener información relevante de casos de estudios similares y también fuentes de campo en la que asistimos a los teatros de la “Fundación Teatro Nacional Sucre” para entrevistar a los encargados y conocer la situación actual de los teatros.
- Mediante la narrativa transmedia es posible abrir el abanico de segmentos a los que se puede acceder con un producto o servicio. El consumo de contenido depende de las preferencias del individuo y es por ello que a través de contenido diverso que parte de un producto o servicio central, se puede difundir a más público que cuando se lo hace por un solo canal o tipo de contenido.
- Características como la expansión, la profundidad, la inmersión y los prosumidores, hacen de la narrativa transmedia un universo de contenidos entretenido para cada usuario. Se trata de una comunicación bidireccional en la que no solo se espera del producto o servicio, si no también se recibe una participación del público.
- El posicionamiento de un determinado producto o marca tiene resultados positivos cuando se involucran emociones. Esto genera una conciencia de marca involuntaria en el consumidor. Es por ello que hemos buscado atar las características de cada teatro a la experiencia de que genera la obra “EL FANTASMA DE LA OPERA” en sus

diferentes géneros teatrales y por medio de diferentes plataformas.

Recomendaciones

- Se recomienda generar contenido de interés para diferentes segmentos y de esta forma abarcar un público más grande, manteniendo siempre la relación con el universo central y dando una experiencia diferente en cada contenido.
- Difundir la página web por medio de redes sociales, siendo este otro canal de contenido. Las redes sociales contribuyen de varias maneras al universo transmedia, ya que a la vez que proyectan un contenido especial, son también la puerta de entrada al universo. Esto significa que, el contenido de este medio debe ser utilizado para llamar la atención e invitar al usuario.
- Utilizar otras obras de gran potencial para generar contenido que impacte y emocione a los públicos, con el fin de despertar interés a mas publico para que asistan a los teatros
- Incentivar la participación del público en el universo transmedia. se debe tomar muy en cuenta el tipo de contenido que invita al público a expandir la historia central y además hacer parte del universo el contenido del público, de esta manera, se da importancia a la participación del usuario.
- La difusión del teatro debe considerar las plataformas virtuales como un canal de gran alcance. Un producto no puede estancarse con una sola característica. Se debe generar valor para la marca o el producto añadiendo atributos, como en este caso una página web, redes sociales activas y canal de Youtube.

8. Lista de referencias

- Aguado, J. M. (2004). *Introducción a las teorías de la comunicación y la información*. Murcia: Universidad de Murcia .
- Antonio, J. (3 de Octubre de 2017). *Blogger.com*. Obtenido de <http://teoriasdeinmersionantonio.blogspot.com/>
- Campalans, C., & Renó, D. (2012). *Narrativas transmedia: entre teorías y prácticas*. Rosario: Universidad del Rosario.
- Castañeda, L., & Gutiérrez, I. (2010). *Aprendizaje con redes sociales. Tejidos educativos para los nuevos entornos*. Murcia: Linda Castañeda.
- Cerviño, B. (2013). *El uso de las redes sociales como fuentes de información para periodistas*. Barcelona : Universidad Autónoma de Barcelona .
- Cultura, S. d. (18 de marzo de 2018). *quitocultura.com*. Obtenido de <https://www.quitocultura.info/organization/fundacion-teatro-nacional-sucre/>
- Diaio EL UNIVERSO. (5 de septiembre de 2010). El teatro ecuatoriano se construye.
- Dvoskin, R. (2004). *Fundamentos de Marketing* . México: Granica México S.A.
- Facchin, J. (2018). *josefacchin.com*. Obtenido de <https://josefacchin.com/que-es-youtube-como-funciona/>
- Fernández, M. (13 de Julio de 2010). <http://www.islabahia.com>. Obtenido de http://www.islabahia.com/arenaycal/2010/173_julio_agosto/miguel_a_fernandez173.asp
- Fernández, M. (13 de Julio de 2010). <http://www.islabahia.com>. Obtenido de http://www.islabahia.com/arenaycal/2010/173_julio_agosto/miguel_a_fernandez173.asp
- Ferrel, O., & Hartline, M. (2012). *Estrategia de marketing*. México: CENGAGE Learning.
- Ferrel, O., & Hartline, M. (2012). *Estrategia de marketing*. México: CENGAGE Learning.
- Gálvez, A., Ardèvol, E., Núñez, F., & Vayreda, A. (2004). La teoría del posicionamiento como herramienta de análisis de los entornos virtuales. *Revista electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*.
- Gay, A. (1995). Los sistemas y el enfoque Sistémico. En M. Bunge, *Sistemas Sociales y Filosofía* (págs. 7-8). Buenos Aires : Sudamericana.

- Gonçalves, A. B. (2011). *Producción, consumo y prácticas culturales en torno a los nuevos media en la cultura de la convergencia: el caso de Fringe como narración transmedia y lúdica*. Universitat Oberta de Catalunya.
- Graterol, R. (5 de 03 de 2011). *wordpress.com*. Obtenido de <https://jofillop.files.wordpress.com/2011/03/metodos-de-investigacion.pdf>
- Hernandez, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: McGRAW-HILL.
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investigación*.. En R. Hernández, *Metodología de la Investigación*. (págs. 152-153). México DF: McGRAW-HILL.
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investigación*.. México D.F.: McGRAW-HILL.
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investigación*.. México D.F.: McGRAW-HILL.
- Jenkins, H. (2003). *www.technologyreview.com*. Obtenido de <https://www.technologyreview.com/>
- Jenkins, H. (2007). *www.henryjenkins.org*. Obtenido de http://henryjenkins.org/blog/2007/03/transmedia_storytelling_101.html
- Jenkins, H. (2008). *La Cultura de la Convergencia de los Medios de Comunicación*. New York: Paidós.
- Jenkins, H. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*. Mit Press. Londres: MacArthur.
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Cultura Transmedia. La creación de contenido y valor en la cultura en red*. Barcelona : Gedisa, S.A. .
- Jiménez, A. G. (2016). *Documental y Narrativa Transmedia: Estrategias creativas y modelos de producción*. .
- Kotler, P. (2003). *Fundamentos de Marketing* . México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Lopez, A. V. (2016). *Proyecto Pronoia: Modelo del detonante conveniente, estrategia publicitaria de narrativa transmedia para el posicionamiento de proyectos musicales*. Pontificia Universidad Javeriana, Bogota.
- Mayer, M. (15 de Octubre de 2019). *www.almendron.com*. Obtenido de <https://www.almendron.com/artehistoria/historia-de-espana/edad-antigua/el-teatro-romano/para-una-historia-del-teatro-romano/>
- Menacho Giron, N., & Atarama Rojas, T. (s.f.). *Narrativa Transmedia y mundos transmediales: Una propuesta metodológica para el análisis de un ecosistema mediático, caso Civil war*.

- Ministerio de Educación y Ciencia de España. (7 de Noviembre de 2007). *Historia del arte universal*. Obtenido de <http://www.minedu.gob.pe/>: <http://www.minedu.gob.pe/pdf/ed/historia-del-teatro.pdf>
- Ministerio de Educación y Ciencia de España. (07 de Septiembre de 2007). *Historia del arte universal*. Obtenido de <http://www.minedu.gob.pe/>: <http://www.minedu.gob.pe/pdf/ed/historia-del-teatro.pdf>
- Ministerio de Educacion y Ciencia de España. (7 de Noviembre de 2007). <http://www.minedu.gob.pe>. Obtenido de <http://www.minedu.gob.pe/pdf/ed/historia-del-teatro.pdf>
- Miran Galbe, J., & Figuero Espadas, J. (2016). *El rol del prosumidor en la expansión narrativa transmedia de las historias de ficción en televisión: el caso de 'El Ministerio del Tiempo'*. Universidad CEU San Pablo, de Madrid.
- Müller, O., & Barón, L. (2013). La Teoría Lingüística de Noam Chomsky: del Inicio a la Actualidad. *Scielo*, 419-420.
- Muntané, J. (2010). Introducción a la Investigación Básica . *RAPD ONLINE*, 221.
- Muñoz, F. (22 de Noviembre de 2009). *arteescenicas.wordpress.com*. Obtenido de <https://arteescenicas.wordpress.com/2009/11/22/unidad-didactica-ii-3-teatro-renacentista/>
- Ojeda, J., Jiménez, P., Quintana, A., Crespo, G., & Viteri, M. (2015). Protocolo de investigación. (U. d. ESPE, Ed.) *Yura: Relaciones internacionales*, 5(1), 1 - 20.
- Pérez, J. (2015). *Creando universos*. Catalunya: Universitat Oberta de Catalunya.
- Pérez, J., & Gardey, A. (2012). *Definicion.DE*. Obtenido de <https://definicion.de/teatro/>
- Postman, N. (2000). *The Reformed English Curriculum*.
- Pratten, R. (2011). *Getting Started with Transmedia Storytelling*.
- Raffino, M. E. (26 de Noviembre de 2018). *www.concepto.de.com*. Obtenido de <https://concepto.de/pagina-web/>
- Rivera, J., Arellano, R., & Molero, V. (2009). *Conducta del Consumidor*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Rodriguez, V. A. (2015). *Los orígenes del transmedia Storytelling: Las narrativas transmedia antes del siglo XXI*. Universidad Rey Juan Carlos.
- Sahuquillo, J. (7 de Febrero de 2018). *renovatiomedievalium.wordpress.com*. Obtenido de <https://renovatiomedievalium.wordpress.com/2018/02/15/el-teatro-en-la-edad-media/>

- Salvador, J. (2009). *Historia de Quito, luz de América - Bicentenario del 10 de agosto de 1809*. Quito: Fonsal.
- Sanchez, C. C. (2014). Narrativas Transmedia Nativa: Ventajas, elementos de la planificación de un proyecto audiovisual transmedia y estudio de caso. *Historia y Comunicación Social*.
- Scolari, C. A. (2009). *www.ijoc.org*. Obtenido de <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/477>.
- Scolari, C. A. (2013). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. . Barcelona: Grupo Planeta.
- Spink, P. (2005). Replanteando la investigación de campo. *Redalyc*, 1-3.
- Tancara, C. (1993). La Investigación documental. *SCIELO*, 91-106.
- Toursinov, A. (5 de Septiembre de 2016). <http://erasmus.ufm.edu/>. Obtenido de <http://erasmus.ufm.edu/breve-historia-del-teatro/>
- Vargas, Z. (2009). La Investigación Aplicada: Una forma de conocer las realidades con evidencia científica. *REDALYC.ORG*, 159.
- Vieites, M. (2017). La Pedagogía Teatral como Ciencia de la Educación Teatral. *Educação & Realidade*, 1525.
- Vieites, M. (2017). La Pedagogía Teatral como Ciencia de la Educación Teatral. *Educação & Realidade*, 1529.

9. Anexos