

## Narra Quito: Estrategia educomunicacional para la apropiación del patrimonio cultural

*Quito Narrates: Educommunicational Strategy for the Appropriation of Cultural Heritage*

Recepción: 24/02/2025, revisión: 08/09/2025,  
aceptación: 24/09/2025, publicación: 09/01/2026

<https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/uru>



**Marcela Samudio Granados**

Universidad Nacional de Educación

Azogues, Ecuador

[nohora.samudio@unae.edu.ec](mailto:nohora.samudio@unae.edu.ec)



**Mónica Maruri Castillo**

Instituto Iberoamericano del Patrimonio Natural y Cultural del Convenio Andrés Bello

Quito, Ecuador

[mmaruri@ipanc.org](mailto:mmaruri@ipanc.org)



**Roberto Ponce Cordero**

Universidad Nacional de Educación

Azogues, Ecuador

[roberto.ponce@unae.edu.ec](mailto:roberto.ponce@unae.edu.ec)

<https://doi.org/10.32719/26312514.2026.13.10>

### Resumen

El proyecto transmedia Narra Quito es una experiencia educomunicacional para la apropiación del patrimonio cultural inmaterial por parte de la ciudadanía. Narra Quito busca desenterrar historias hasta hace poco invisibles o silentes: historias de familias, de poblaciones urbanas y rurales, de estratos sociales bajos, de la infancia y la adolescencia, de quienes manejan conocimientos que no pasan por la escritura; en definitiva, historias de quienes construyen el patrimonio cultural y agroalimentario de Quito, pero que no necesariamente han sido escuchadas y reconocidas. El objetivo de este artículo es analizar la experiencia y la influencia del proyecto mediante una aproximación teórica, partiendo de la revisión de las motivaciones institucionales de la iniciativa, de sus componentes, de los diferentes lenguajes y soportes mediáticos utilizados, y de las formas de relacionarse con quienes contribuyen y participan en el proyecto transmedia. Así se determina, mediante una metodología mixta, la influencia que Narra Quito ha tenido con sus públicos. Los resultados muestran un alto interés y una evaluación positiva de la plataforma, aunque se identifican desafíos en la generación de contenido por parte de quienes la usan. Se concluye que, si bien las estrategias educomunicacionales son efectivas para la revalorización del patrimonio, se necesitan mecanismos más robustos para incentivar la cocreación activa.

## Abstract

*The Narra Quito transmedia project is an educommunicational experience for the appropriation of intangible cultural heritage by Ecuadorian citizens. Narra Quito seeks to unearth stories that have been historically invisible or silent: stories of families; of urban and rural populations; of persons from low social strata; of childhood and adolescence; of those who handle knowledge that does not pass through writing; etc. In short, stories of those who build the cultural and agri-food heritage of Quito, but who have not necessarily been heard and acknowledged. The goal of this article is to analyze the experience and influence of the project through a theoretical approach, starting from the review of the institutional motivations of the initiative, the components of the transmedia project, the different languages and media support used, and the ways of relating with those who contribute and participate in the project. Thus, through a mixed methodology, the influence that Narra Quito has had on its audiences is determined. The results show a high level of interest and a positive evaluation of the platform, although challenges are identified in content creation by its users. It is concluded that, while educommunication strategies are effective for the revalorization of heritage, more robust mechanisms are needed to encourage active co-creation.*

## Palabras clave • Keywords

Apropiación, Educomunicación, Patrimonio, Transmedia, Ciudadanía.  
Appropriation, Educommunication, Heritage, Transmedia, Citizenship.

## Introducción

América Latina en general y Ecuador en particular tienen una larga tradición historiográfica que, sin embargo, hasta hace pocas décadas se centraba exclusivamente —y aún hoy se centra mayoritariamente— en la historia política: la historia de los grandes hombres que llegan a ocupar los cargos de mayor influencia en el sistema político formal y que, supuestamente, determinan los destinos de sus sociedades en sus respectivos tiempos. En un mundo marcado por una explosión de subjetividades y de reivindicaciones identitarias en el marco de todas las vertientes de la diversidad, no obstante, cada vez es más claro que los gobernantes de turno constituyen una parte importante de la historia de sus países, pero no son de ninguna manera más influyentes que las comunidades de sujetos de a pie y de personas comunes que, al fin y al cabo, son quienes sostienen las gobernanzas.

En ese sentido, la historia de los grandes hombres no basta para aprehender la complejidad del tejido social que los produce. Antes bien, para acercarnos realmente a mosaicos más realistas de quiénes somos, que nos permitan también decidir quiénes queremos ser, necesitamos desenterrar historias hasta hace poco invisibles o silentes. Estas historias invisibilizadas son múltiples: historias de las mujeres; historias de poblaciones marginalizadas por construcciones étnicas o raciales; historias de los estratos sociales más bajos; historias de la infancia y de la adolescencia; historias de personas analfabetas o de

quienes manejan conocimientos que no pasan por la escritura; historias de las disidencias religiosas, culturales, etc.; historias de quienes viven sin salir en los *diarios* pero, con su trabajo *diario*, construyen sus ciudades y les dan sus especificidades culturales, sus acentos propios, sus olores y sabores característicos. Solo la recuperación de la memoria de estos sujetos dejados de lado por la historia latinoamericana tradicional permite entender a nuestros pueblos más allá de la élite y, de esa manera, contribuye a la democratización del conocimiento y de la memoria.

Por eso, el Instituto Iberoamericano del Patrimonio Natural y Cultural del Convenio Andrés Bello (IPANC-CAB), junto con el Instituto Metropolitano del Patrimonio de Quito, se propusieron desde el año 2018 realizar el proyecto Narra Quito, que pretende tomar a la familia como una sinécdoque (la parte que representa al todo) de una ciudad. Su aproximación se basa en la convicción de que en las familias individuales, comunes y corrientes está el núcleo de todo lo que nos constituye como ciudad: ahí están los rasgos culturales en bruto, que luego se canonizan; las uniones y rupturas que hacen que un pueblo esté unido bajo una bandera, y al mismo tiempo tan separado por razones económicas, políticas y culturales; las migraciones internas y externas que crean los circuitos de distribución de conocimientos, bienes y talento humano; los logros y los fracasos, que varían dependiendo también de la unidad de medida que usemos para medirlos o calificarlos como logros y fracasos.

Narra Quito, entonces, nace como una propuesta que plantea almacenar las memorias de las familias y el patrimonio oral del centro de Quito. Aprovechando las nuevas narrativas, desarrolla tecnológicamente un espacio para que, con esos contenidos, se cree identidad y se valoren el patrimonio oral y los recuerdos familiares. El propósito de esta investigación fue el valorar el impacto del proyecto Narra Quito como experiencia educomunicacional para la apropiación del patrimonio cultural inmaterial por parte de la ciudadanía.

— 175 —

## Marco teórico

Los hábitos de consumo de información están cambiando, principalmente en las nuevas generaciones, gracias a la adopción de la tecnología y a la utilización cada vez mayor de las redes sociales y los dispositivos móviles, que se han convertido en los últimos años en herramientas esenciales para relacionarnos con las personas y el mundo que nos rodea. Las nuevas tecnologías no solo ofrecen diferentes posibilidades de acceso a la información, sino que además brindan la posibilidad de que la ciudadanía pase de ser receptora a ser también productora de contenidos y creadora cultural. Los medios tradicionales como la radio y la prensa escrita llevan años en un marcado declive y, aunque algo más leve, esto también se constata en el caso de la televisión en América Latina. Por ejemplo, en 2021 hubo un descenso del 2 % de usuarios que miran noticias por televisión, en comparación con 2020, mientras las redes sociales se afirman en la cotidianidad del ciudadano

moderno, con una penetración del 72 % en toda América del Sur, según reportes de We Are Social y Hootsuite. Aún más, el uso de YouTube, WhatsApp y Facebook supera el 90 % en toda América Latina (Duque 2023).

Los medios sociales —las llamadas *redes*— están presentes en la vida diaria. Son sin duda un espacio natural, desde el que se pueden realizar actividades muy diversas como compartir fotos, aficiones o videos curiosos, así como establecer conversaciones con la comunidad más cercana e informarse de la actualidad. En las nuevas audiencias parece existir incluso más resistencia a leer información en un medio escrito tradicional, incluyendo la página web convencional (GlobalWebIndex 2019). Estas nuevas audiencias ya están acostumbradas a un lenguaje y una dinámica de interacción determinados; de ahí la importancia de mantener esa forma de comunicación. Y dentro de la comunicación, el audiovisual es una forma cotidiana y muy instrumentada que se puede utilizar para transmitir conocimiento. Por ello, de lo visual y audiovisualmente atractivo, de la empatía de la narración, depende mucho su impacto positivo.

En el contexto actual, diversos factores de carácter tecnológico, económico y sociocultural han propiciado el inicio del proceso de convergencia mediática. Estos factores han llevado los formatos y géneros de la no ficción audiovisual e interactiva hacia el relato multiplataforma, la narración de la misma historia en diferentes medios o soportes, adaptándose al lenguaje-forma de cada uno de ellos (Gifreu 2015).

— 176 — La nueva ecología mediática, caracterizada por procesos de convergencia, posibilita la emergencia de nuevos modelos narrativos, en que los contenidos comienzan a expandirse, se retroalimentan y circulan en múltiples plataformas (Irigaray y Lovato 2015). Así, para profundizar en la “narrativa”, se debe apelar al denominado “*storytelling*”, por el gran aporte que ofrece dentro de la narración audiovisual al proceso orgánico de un aprendizaje holístico: “La audiencia no valora programas que se construyen en el tono académico y severo de ‘enseñar a los ignorantes’; por el contrario, aprecia una comunicación con un tono de cariño, ánimo y energía ante los quehaceres y dificultades en la vida de hogar” (Fuenzalida 2011, 18). Esta visión está inspirando actualmente el estilo de una mayoría de contenidos digitales y audiovisuales a los que las audiencias se están acostumbrando. Y estos contenidos se dan frecuentemente en plataformas que, además, permiten al público crear contenidos colectivamente —con los miembros de una comunidad— y compartiendo sus mismos intereses, con lo que estarían garantizando también su éxito.

Cuando pensamos entonces en transmedia —o mejor aún en *narrativas* transmedia—, de seguro se vienen a la mente algunas películas, cómics, videos y un sinnúmero de contenidos en diferentes medios. Sin embargo, ¿por qué no llamarlo *multiplataforma*, *crossmedia* u otra palabra que pueda hacer referencia a la utilización de muchos medios para contar historias? Uno de los mejores exponentes para explicar este tema es Henry Jenkins (2007), quien describe el concepto como un proceso integral en el que elementos de ficción se dispersan de manera sistemática en múltiples medios que tienen el propósito de unificar y coordinar una experiencia de entretenimiento. Idealmente, cada medio hace

su mejor contribución para ir descubriendo la historia. Así, al pensar en diferentes contenidos, es importante también dar la oportunidad a las personas receptoras (consumidoras) para que puedan interactuar y generar o reeditar contenidos de estas múltiples fuentes.

Este consumo y producción de contenidos se da, además, en la educación. Una de las personas que ha profundizado más sobre educación transmedia es Carlos Scolari, quien ha sido el director principal del proyecto Transmedia Literacy (programa Horizon 2020 de la Unión Europea, 2015-2018) y del proyecto Transalfabetismos. En ese contexto, Scolari plantea la siguiente pregunta: ¿qué están haciendo las personas adolescentes con los medios y cómo podemos aprender de ello? De ese modo, se desarrolla una clasificación de competencias y prácticas formales e informales de alfabetización transmedia en el aula, además de material práctico para enseñar lo que se podría utilizar en los distintos entornos educativos. Se puede encontrar, adicionalmente, una colección de fichas didácticas que se invita a las personas a leer y usar, para participar también en su creación. La idea de este material es reducir la brecha entre la vida cotidiana del estudiantado, con su aprendizaje informal, y las instituciones educativas, con su aprendizaje formal (Scolari 2018).

Esto se relaciona directamente con el concepto de educomunicación, que ha sido definido de diferentes maneras, pero siempre involucra las intersecciones entre los procesos educativos y los medios de comunicación. En este trabajo, adoptamos sobre todo la definición de Kaplún (1998, 244), según la cual la educomunicación

tendrá por objetivo fundamental el de *potenciar a los educandos como emisores*, ofreciéndoles posibilidades, estímulos y capacitación para la autogeneración de mensajes. Su principal función será, entonces, la de proveer a los grupos educandos de *canales y flujos de comunicación* —redes de interlocutores, próximos o distantes— para el intercambio de tales mensajes. Al mismo tiempo, continuará cumpliendo su función de proveedora de materiales de apoyo, pero concebidos ya no como meros transmisores-informadores, sino como generadores de diálogo, destinados a activar el análisis, la discusión y la participación de los educandos y no a sustituirlas.

— 177 —

Tomando en cuenta estos antecedentes teóricos, en las próximas páginas se analiza la experiencia de Narra Quito como recurso transmedia y educomunicacional para la apropiación del patrimonio y para el desarrollo de las capacidades de generación y emisión de narrativas e historias propias en la ciudadanía.

## Metodología y materiales

Se propuso realizar la investigación bajo el paradigma interpretativo, para así comprender los fenómenos desde la perspectiva de las personas participantes e interpretar los significados que otorgan a sus experiencias (Hernández Sampieri y Mendoza 2018). El enfoque fue mixto: implicó la recolección, el análisis y la integración de datos cualitativos y cuantitativos para comprender el fenómeno en estudio. Este enfoque fue particularmente

beneficioso para esta investigación, pues a partir de una entrevista semiestructurada a la directora de Proyectos del IPANC-CAB, Isabel Solano, junto con un análisis documental, se describe el proyecto y se contextualiza su situación, además de medir su impacto.

Para confirmar la eficacia de las actividades que Narra Quito realizó en la ciudad, la firma especializada IdData desarrolló para el IPANC-CAB un estudio de evaluación del impacto.

Se hizo un levantamiento de encuestas *intercept*, *online*, autoadministradas, en zonas de alta afluencia, partiendo de una muestra representativa de 200 casos en seis parroquias urbanas y rurales del Distrito Metropolitano de Quito. Se procuró segmentar el perfil, balanceando estado civil, nivel de educación, composición familiar y antigüedad de residencia. El universo queda descrito en la [Tabla 1](#):

Tabla 1  
Ficha técnica de evaluación de impacto

Categoría	Detalle
Población objetivo	Nivel socioeconómico: medio típico
Edad	20-45 años
Sexo	50 % hombres, 50 % mujeres
Condición	Residentes de Quito (ciudad y sus valles)
Forma de recolección	Levantamiento de encuestas <i>intercept</i> , <i>online</i> , autoadministradas, en zonas de alta afluencia
Localización	Cumbayá, Calderón, Conocoto, Chimbacalle, Cotocollao, San Juan Chillogallo
Muestra	200
Fecha de recolección	29 de junio-1 de julio de 2022

Fuente: Archivo IPANC-CAB, 2023.  
Elaboración propia.

El objetivo principal del estudio fue evaluar la plataforma digital, sus funcionalidades, los elementos de agrado o desagrado, su interés y su relevancia. Entre los objetivos específicos se esperaba evaluar si el proyecto cumplía con la intencionalidad de: 1. desarrollar la identidad de las personas que habitan en Quito; 2. tener una memoria oral de las personas que habitan en Quito a través de diferentes producciones audiovisuales con historias de vida; y 3. fortalecer valores cívicos, la generación de contenido y la comunicación entre las personas que habitan en Quito.

De esta forma, se logró confirmar si el proyecto estaba, a través de la plataforma digital, permitiendo interactuar con las personas que habitan en la ciudad de Quito, mediante sus propias historias.

## Análisis y discusión de resultados

En una primera instancia se analiza el proyecto Narra Quito y, a partir de los conceptos de narrativas transmedia y educación transmedia, se revisan en profundidad la experiencia de Narra Quito y su impacto.

### Narra Quito: las historias de Quito que no nos cuentan los libros

El proyecto Narra Quito nace originalmente en 2018 con el objetivo de evidenciar y visibilizar la identidad de la población del centro histórico de la capital de Ecuador, partiendo de sus historias familiares y del legado de sus antepasados, a través de su memoria oral, percibida como un medio para “reconocer el patrimonio inmaterial y la identidad cultural de la ciudad” (Quito Informa 2022, párr. 5). Es un proyecto transmedia colaborativo que genera un espacio para almacenar las tradiciones orales, las memorias familiares, las historias y las anécdotas de quienes tengan recuerdos de vivencias ocurridas en el casco antiguo de Quito, realizando así el valor del patrimonio oral e inmaterial de la ciudad.

El proyecto crea un universo transmedia basado en el registro documental, en el que el público participa en distintas plataformas, ya sea aportando con sus historias, interactuando con sus familias o navegando en los diferentes medios (accesibles a través de internet). De esta manera, Narra Quito se convierte en un espacio donde se almacena y comparte una valiosa contribución al patrimonio oral de la ciudad, lo que igualmente promueve la revalorización de las memorias en formato digital, que pueden ser a su vez resignificadas por las personas que las consumen, así como utilizadas en instituciones educativas y culturales para enriquecer la historia de la ciudad.

Desde 2018 hasta el día de hoy, el proyecto ha ido creciendo de manera modular, pues, en el marco de la conmemoración del bicentenario de la Batalla de Pichincha, se han creado nuevas temáticas representativas, integrando el valor de los mercados gastronómicos, artesanales, textiles y mercantiles, al igual que el de las conocidas “huecas”, que pertenecen al patrimonio vivo del Distrito Metropolitano de Quito y dan en buena medida identidad propia a la ciudad. Efectivamente, al querer ser una propuesta innovadora, y por las efemérides relacionadas con la independencia de la capital, Narra Quito se expandió significativamente en los últimos años, con una segunda fase centrada en el posicionamiento y acercamiento del proyecto a un mayor número de personas beneficiarias y, crucialmente, con la incorporación de narrativas recabadas también en sectores rurales y no solamente en el centro histórico de la ciudad.

En esta segunda fase de Narra Quito se trabaja en tres ejes transversales: bicentenario, mercados y ruralidad, plasmados en las nuevas historias recogidas en visitas a las distintas parroquias rurales de Quito; allí se reconocen la diversidad, la riqueza y las tradiciones propias que cada localidad posee, para valorizarlas dentro de la plataforma. Es importante mencionar que, al profundizar más en las historias, se han podido advertir



temáticas que no eran del todo conocidas por las personas que habitan en la ciudad y su periferia, como la diversidad étnica generada por la migración interna nacional, en la que hay que destacar el componente afroecuatoriano; o la riqueza de sonidos característicos y familiares para los ciudadanos, como aquellas bandas musicales integradas por diversos estratos sociales y agrupaciones que se nutren de instrumentos autóctonos, o que se relacionan con una diversidad de festividades populares.

Las historias encontradas a partir del bicentenario de la batalla por la independencia permitieron trasladar, desde lo monumental hacia la apropiación de un sentir colectivo, cómo son la libertad y el orgullo por el patrimonio, expresados en diversas manifestaciones de la cultura popular: las fiestas y las maneras de hablar, de divertirse y de degustar los sabores típicos. Durante varias semanas se recorrieron quince parroquias urbanas y rurales, en las que se recogieron anécdotas. Se animó a las personas que viven en Quito a subir a la furgoneta-estudio móvil, donde podían contar su historia. Todos los contenidos se reunieron en una plataforma atractiva, amigable y cercana para las personas que viven en la capital o que están interesadas en aprender sobre ella. El propósito de Narra Quito es, finalmente, fomentar la relevancia del patrimonio desde un punto de vista cotidiano y a la vez emocional, para que, mediante la participación de las personas, se construya un espacio en el que se puedan compartir vivencias y reconstruir colaborativamente recuerdos, así como la historia del centro de Quito y otras áreas estratégicas.

Narra Quito usa el transmedia para producir contenidos e incentivar a que las personas que habitan en el Distrito Metropolitano puedan cocrear contenidos junto con una comunidad con sus mismos intereses.

En la [Tabla 2](#) se describe el universo transmedia de Narra Quito:


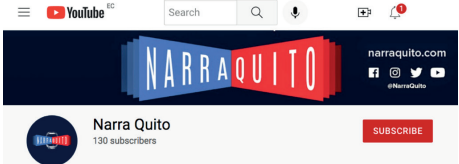



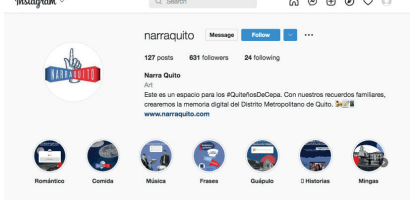


Tabla 2  
Universo transmedia del proyecto Narra Quito

Ícono	Detalle	Enlace
	<p><b>Plataforma</b></p>  <p>Repositorio de contenidos creados por las personas participantes y por profesionales. Existe un espacio para registrarse y subir historias propias.</p>	<a href="https://narraquito.com/">https://narraquito.com/</a>



	<p><b>Producción de videos</b></p> <p>Se trata de videos de alrededor de cuatro minutos en los que se relatan historias obtenidas en el trabajo de investigación. La narración se anima en una parte para reforzar gráficamente el relato. En el repositorio se alojan, al momento, 112 videos.</p>	<p>Ejemplo: <a href="https://youtu.be/oznVg0sn3WA">https://youtu.be/oznVg0sn3WA</a></p>
	<p><b>Podcasts</b></p> <p>En una entrevista de alrededor de dos minutos se narra la historia de un personaje central que cuenta algún momento específico de su vida relacionado con la historia de Quito. Al momento se pueden escuchar 35 conversaciones.</p>	<p><a href="https://open.spotify.com/show/5L8VODd9gN6Ag-DzRo73xo5">https://open.spotify.com/show/5L8VODd9gN6Ag-DzRo73xo5</a></p>
	<p><b>Diccionario de quiteñismos</b></p>  <p>Se proponen inicialmente algunas palabras y expresiones para luego animar a que se suban más a la plataforma. A la fecha se han subido sesenta quiteñismos en un catálogo escrito y en audio.</p>	<p><a href="https://narraquito.com/quitenismos/">https://narraquito.com/quitenismos/</a></p>
	<p><b>Bicentenario de la independencia de Quito</b></p>  <p>Al amanecer del 24 de mayo de 1822, en las faldas del Pichincha, la ciudad y el pueblo de Quito fueron testigos de uno de los momentos más gloriosos de su historia.</p> <p>En conmemoración de los 200 años de la Batalla de Pichincha, se invita a las personas a contar la historia de manera distinta, desde la experiencia propia; se recorren la música, los instrumentos y los alimentos de Quito. La mayor parte de las historias se grabaron en la furgoneta-estudio móvil, donde las personas podían ingresar a contarlas.</p>	<p><a href="https://narraquito.com/bicentenario/">https://narraquito.com/bicentenario/</a></p>

	<p><b>Fichas de orientación metodológica</b></p> <p>Mediante una ficha, se recomienda al grupo de docentes la forma en que pueden utilizar estos contenidos en el aula, indicando el subnivel, la edad, los objetivos integradores del subnivel, el resumen, los indicadores de evaluación, las destrezas y las actividades que pueden realizar durante la clase. Se han creado 64 fichas.</p>	<p><a href="https://narraquito.com/wp-content/uploads/2022/08/NARRA-QUITO-Raul-Sosa-Podcast-.pdf">https://narraquito.com/wp-content/uploads/2022/08/NARRA-QUITO-Raul-Sosa-Podcast-.pdf</a></p>
	<p><b>Google Maps</b></p>  <p>Por medio de la geolocalización, se desarrolla una base de datos con las historias generadas y categorizadas por color, de acuerdo con las diferentes temáticas de interés.</p>	<p><a href="https://narraquito.com/">https://narraquito.com/</a></p>
	<p><b>Elementos de participación</b></p> <p>Durante varias semanas se recorrieron quince parroquias, en las que se recogieron historias y anécdotas. Se animó a las personas que viven en Quito a subir a la furgoneta-estudio móvil, donde podían contar su historia.</p>	<p><a href="https://narraquito.com/crea-tu-historia/">https://narraquito.com/crea-tu-historia/</a></p>
	<p><b>Facebook</b></p>  <p><b>Narra Quito</b> 1,6 mil Me gusta • 1,7 mil seguidores</p> <p>En este canal, que cuenta con más de 1700 personas seguidoras, se creó un espacio para contar recuerdos familiares y animar a participar en la creación de contenidos.</p>	<p><a href="https://www.facebook.com/NarraUIO">https://www.facebook.com/NarraUIO</a></p>

	<p><b>YouTube</b></p>  <p><a href="https://www.youtube.com/channel/UCyMu2SJnSi-KK0mJsNiKE8Wg">https://www.youtube.com/channel/UCyMu2SJnSi-KK0mJsNiKE8Wg</a></p> <p>Repositorio donde se aloja todo el material audiovisual del proyecto. Se pueden encontrar más de ochenta videos.</p>	
	<p><b>Spotify</b></p>  <p><a href="https://open.spotify.com/show/5L8VODd9gN6Ag-DzRo73xo5">https://open.spotify.com/show/5L8VODd9gN6Ag-DzRo73xo5</a></p> <p>Aquí se pueden encontrar más de treinta episodios de <i>podcast</i>.</p>	
	<p><b>Instagram</b></p>  <p><a href="https://www.instagram.com/narraquito/">https://www.instagram.com/narraquito/</a></p> <p>Se han publicado más de 120 historias y hay 660 personas seguidoras permanentes.</p>	
	<p><b>TikTok</b></p>  <p><a href="https://www.tiktok.com/@narraquito">https://www.tiktok.com/@narraquito</a></p> <p>Hay más de treinta historias publicadas.</p>	

Fuente: Archivo IPANC-CAB, 2024  
Elaboración propia.

## Impacto del proyecto Narra Quito

En relación con los resultados de impacto del proyecto, se presenta la [Figura 1](#):

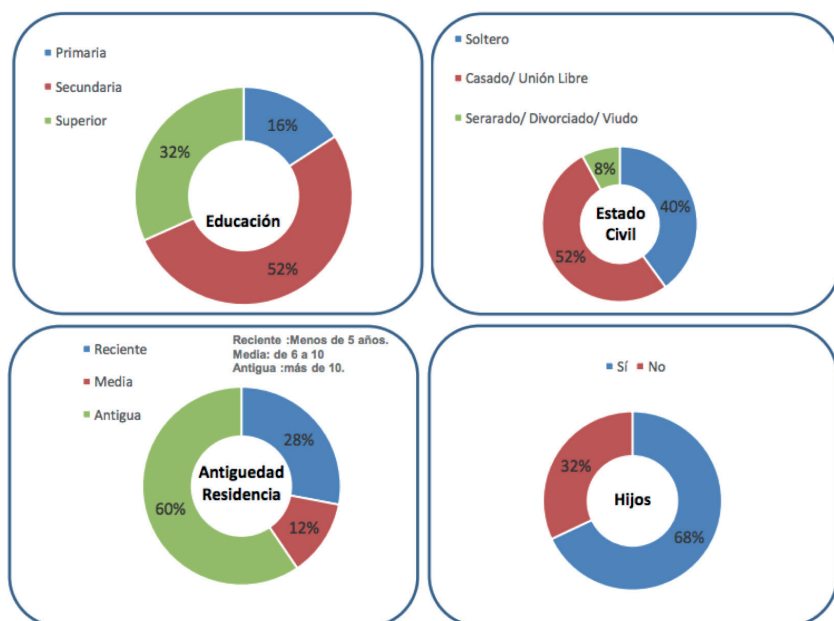


Figura 1. Descripción de la muestra.

Fuente: Archivo IPANC-CAB, 2024.

Elaboración propia.

El 92 % de las personas encuestadas declaró que sí le interesa un espacio o una página web en la que encuentre historias y anécdotas quiteñas. El 23 % indicó que conocía una plataforma o era parte de una comunidad que compartía este tipo de información e historias. El 20 % de las personas encuestadas dio valor a estos espacios comunales y un 27 % declara haber sabido de tradiciones, costumbres y patrimonio oral mediante el acceso a redes sociales.

En relación con la página web de Narra Quito ([Figura 2](#)), el 97 % indicó una evaluación positiva y recalzó su importancia. Se destaca entre esta opinión el género femenino, de residencia media y zona sur, en comparación con el promedio de la muestra. Con una opinión negativa se destaca el género masculino que tiene hijos y está entre los 20 y 30 años de edad. Por otra parte, el 91 % respondió que la página era fácil de navegar. Entre las personas con mayor dificultad para navegar (el 3 % que declaró lo propio) se destacan personas con educación incompleta, en el rango de edad de 31 a 45 años y con hijos.

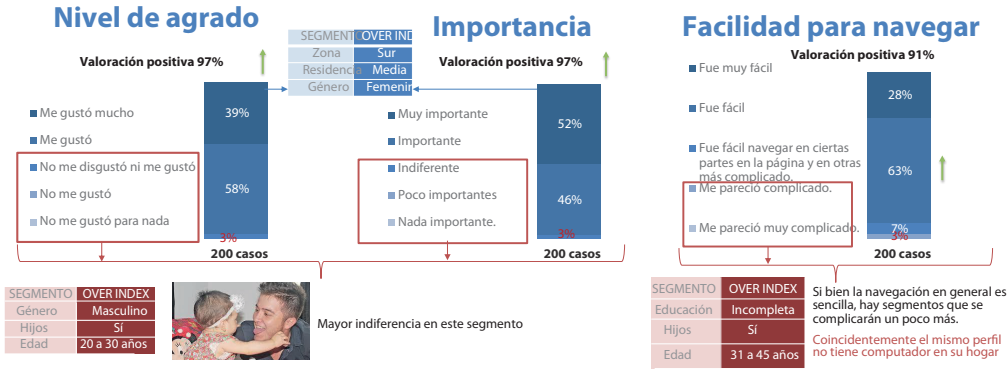


Figura 2. Evaluación de página web de Narra Quito.

Fuente: Archivo IPANC-CAB, 2024.

El 73 % de las personas encuestadas declaró que no hay nada que le desagrade o que cambiaría de la página, mientras que el 27 % sugirió que se debería dar más fuerza a las historias de gastronomía, pues podrían generar más interacción con el proyecto, al conectarse con la tendencia de postear sobre las visitas a un lugar y la comida que se consume. También se sugirió que se recomendaran lugares para visitar con niñas y niños, y que las historias que se realizan sean monitoreadas de manera continua, para cuidar que se esté hablando al público “más relevante”, el de las nuevas generaciones.

Dado que las historias familiares o tradicionales aparecen dentro de la página web bajo una narrativa personal, coloquial y familiarmente memorable, era muy importante evaluar esta percepción. De las personas encuestadas, el 70 % identifica que la página cuenta historias reales o anécdotas de Quito y el 11 % se reconoce en las costumbres y tradiciones.

En forma espontánea, a la mitad de los entrevistados (49 %) les agradan las historias, los cuentos o las anécdotas, mientras que al 11 % les gustan las tradiciones culturales o religiosas. Las revelaciones sobre gastronomía y comida típica atraen apenas al 8 % y a un grupo incluso menor (5 %), el pintoresco diccionario de expresiones locales, titulado “Quiteñismos”.

En relación con los atributos que está fortaleciendo el proyecto, pregunta en la que se pidió la opinión de lo que transmitió el contenido de la página de Narra Quito, se pusieron a disposición diferentes frases en que las personas encuestadas podían indicar, en una escala de Likert, si la plataforma cumplía con determinados atributos. La mayoría contestó que cumplía con los objetivos planteados: el desarrollo de la identidad de las personas que habitan en Quito, una memoria oral a través de diferentes producciones audiovisuales con historias de vida, y el fortalecimiento de valores cívicos. Sin embargo, se obtuvo un

menor peso en la posibilidad de generar contenido y la comunicación entre quiteños, que son valores clave para generar mayor visibilidad, como podemos apreciar en la [Figura 3](#).

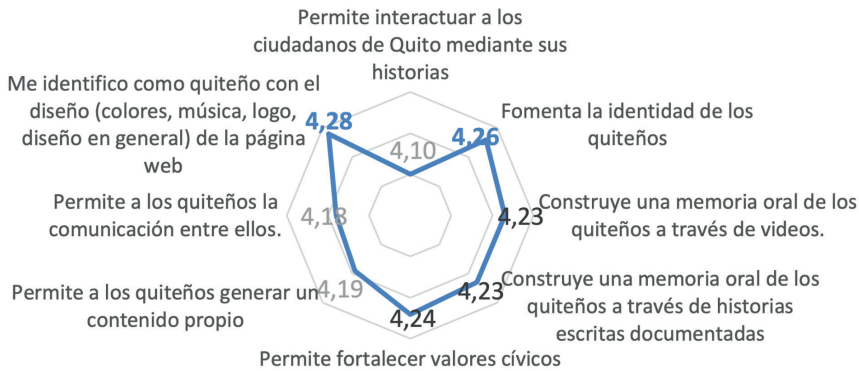


Figura 3. Atributos que fortalece Narra Quito.  
Fuente: Archivo IPANC-CAB, 2024.

De acuerdo con los resultados en que se mostraba una percepción de dificultad para la posibilidad de generar contenido, se analizó si esto tenía relación con la parte técnica y se encontró que el 30 % de las personas encuestadas no tiene computadora en casa, pero también, paradójicamente, que el 87 % considera de manera positiva la facilidad para subir historias ([Figura 4](#)).

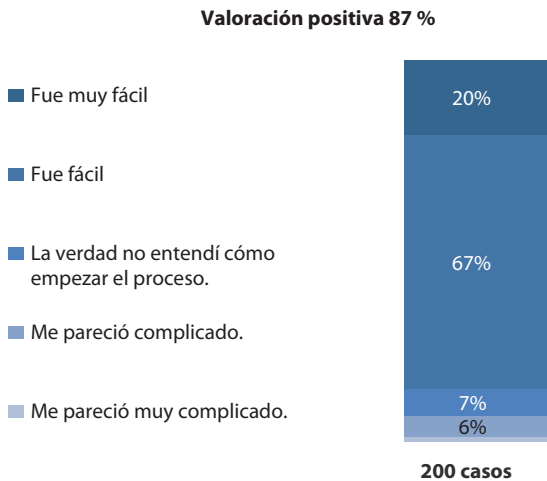


Figura 4. Facilidad para subir historias.  
Fuente: Archivo IPANC-CAB, 2024.

Por lo tanto, aunque la página cumple con sus objetivos (es percibida como agradable, importante, fácil de navegar y amigable para subir contenidos, etc.), se encontró que esto no es el detonante principal para que las personas se animen a subir sus propias historias e interactúen entre sí. Luego de que las y los encuestados exploraban las historias, se les preguntaba si esto los había incentivado a subir una historia propia (Figura 5), a lo cual el 55 % respondió que sí; el 26 % respondió que también, pero que no tenía una historia que contar; el 16 %, que no tenía historias que compartir; y el 3 %, que no le interesaba. Es importante notar que, de las personas que estarían interesadas en subir contenidos, se destacan (en comparación con el promedio) aquellas del sector norte, de residencia media, casadas y con hijos. Entre las personas que lo harían pero no saben qué historias compartir, se destacan las del sector sur, de residencia media y de edad entre 20 y 30 años.

Después de explorar las historias ¿te incentivó a subir una historia propia?

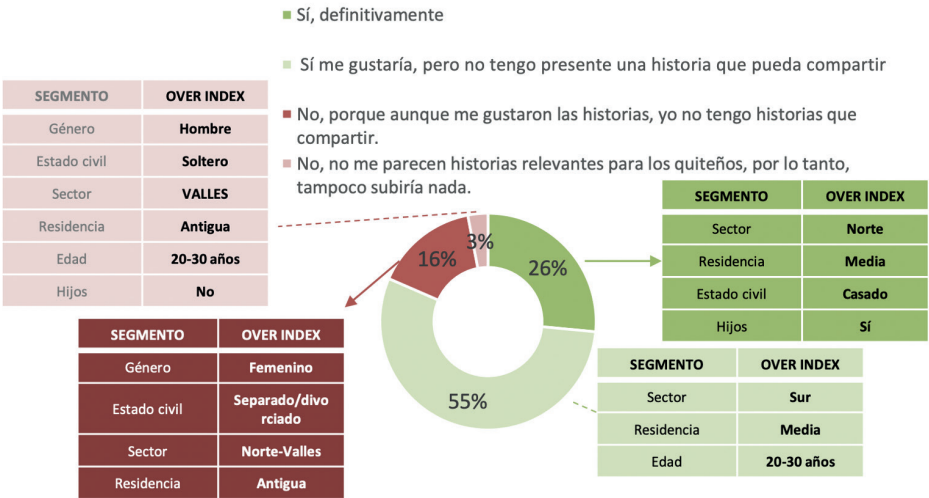


Figura 5. Incentivo para subir historias en Narra Quito.  
Fuente: Archivo IPANC-CAB, 2024.

## Conclusiones y recomendaciones

A partir de las respuestas obtenidas en el estudio, se confirma que el contenido de Narra Quito incentiva el deseo de mantener la memoria y la tradición del Distrito Metropolitano. Las personas encuestadas expresan en sus respuestas que este proyecto fomenta la identidad de las personas que habitan en la capital, lo que permite a la ciudadanía empoderarse y mantenerlo vivo a través de su propia interacción. Los resultados afirman que el formato está permitiendo mantener una memoria oral de los quiteños a través de videos e historias de vida. Adicionalmente, el 70 % de quienes participaron en la encuesta con-



sidera que las historias contadas están relacionadas con la realidad de la ciudad en la que viven, y el 11 % declara que se identifica directamente con ellas, lo que es parcialmente consistente con el planteamiento de Fuenzalida (2011) respecto a la necesidad de que las narrativas sean cercanas y estén contadas con tono de cariño y de familiaridad.

Como punto para mejorar, sin embargo, se evidencia que es importante buscar mecanismos para la generación de contenido propio. En efecto, el 55 % de las personas encuestadas declaró que la interacción con las historias de la plataforma las podría motivar a subir historias propias, pero el 45 % aseguró no tener historias que contar o no tener interés en hacerlo. Esa proporción hace aún más relevante la propuesta de Scolari (2018), referente a desarrollar competencias de producción en adolescentes a través de procesos educomunicacionales, es decir, de una educación que potencie las capacidades comunicativas y de producción y emisión de contenidos propios a través de medios análogos y digitales (Kaplún 1998).

En un proyecto transmedia, en otras palabras, es fundamental que las personas se animen a producir y subir contenidos, por lo que, desde el mismo proyecto, se deben encontrar las vías para que esto suceda. ¿Qué campañas de *marketing* necesitamos, qué tipo de investigación-acción profunda en las comunidades, para llegar a las historias que queremos conservar?

Entre las recomendaciones se podría tener en cuenta justamente lo que las personas encuestadas sugieren: dar más fuerza a las historias de gastronomía, en las que los clientes podrían postear visitas a un lugar y fotos o descripciones de la comida que se consume (convirtiéndose en personas generadoras de contenido), o mostrar los sitios que visitan y recomendar otros, así como las razones por las que son dignos de visitar. Con esto, se podría generar un espacio para niñas y niños, ya que, si bien es cierto que las fichas de orientación metodológica entregan contenido para que el grupo de docentes utilice en el aula, esto alcanza al estudiantado solo de manera indirecta. Además, se podría motivar a que familiares de niñas y niños les dejaran un mensaje sobre alguna narración que quisieran preservar; o también, al revés, que sea la niñez la que envíe a sus mayores mensajes sobre lo que les gustaría mantener y cuidar, creando contenido y pasando de consumir a generar y a narrar sus propias historias.

Es importante no dejar de lado que las nuevas audiencias están acostumbrándose a interactuar con las historias digitales de una forma muy similar a como interactúan en una red social: título llamativo, fotos, identificación con el contenido; son elementos que pesan. Y, sobre todo, se debe mantener una narrativa que les permita interactuar desde su mundo.

Al pensar en generar proyectos transmedia, aunque el tema sea importante, aunque la plataforma sea agradable y sea fácil navegar y subir contenidos, es fundamental pensar en estrategias para generar fans que se animen no solo a seguir historias, sino a generar contenidos, a incentivar a otras personas a hacerlo, a guiar a las personas para que sepan qué historias pueden contar, cómo pueden aportar y por qué es fundamental su visibilización y compartir con otras personas.

## Referencias

- Duque, Valentina. 2023. “El consumo de medios en América Latina 2023 y su impacto en el marketing”. *América's Market Intelligence*. 14 de enero. <https://tinyurl.com/bdcnewws>.
- Fuenzalida, Valerio. 2011. “Resignificación de la educación televisiva: Desde la escuela a la vida cotidiana”. *Comunicar* 36: 15-24. <https://doi.org/10.3916/C36-2011-02-01>.
- Gifreu, Arnau. 2015. “Narrativas de no ficción audiovisual, interactiva y transmedia”. *Obra Digital* 8: 10-2. <https://doi.org/10.25029/od.2015.58.8>.
- GlobalWebIndex. 2019. *Digital vs. Traditional Media Consumption*. Londres: GlobalWebIndex. <https://tinyurl.com/j55frray>.
- Hernández Sampieri, Roberto, y Christian Mendoza. 2018. *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Ciudad de México: McGraw-Hill.
- Irigaray, Fernando, y Anahí Lovato. 2015. *Producciones transmedia de no ficción: Análisis, experiencias y tecnologías*. Rosario, AR: Universidad Nacional de Rosario.
- Jenkins, Henry. 2007. “Transmedia Story Telling 101”. *Pop Junctions*. 21 de marzo. <https://tinyurl.com/2tmwzbbh>.
- Kaplún, Mario. 1998. *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Quito Informa. 2022. “Las historias de nuestros vecinos y vecinas son contadas en Narra Quito”. *Quito Informa*. 26 de mayo. <https://tinyurl.com/j3uc4mpz>.
- Scolari, Carlos, ed. 2018. *Adolescentes, medios de comunicación y culturas colaborativas: Aprovechando las competencias transmedia de los jóvenes en el aula*. Barcelona: Transmedia Literacy.

## Declaración de autoría

Marcela Samudio Granados participó en la conceptualización, curaduría de datos, análisis formal, investigación, metodología, administración del proyecto, supervisión, visualización, redacción del borrador, redacción, revisión y edición del artículo final. Mónica Maruri Castillo contribuyó en la conceptualización, análisis formal, investigación, recursos, validación y redacción del borrador. Roberto Ponce Cordero también asistió en la conceptualización, análisis formal, metodología, administración del proyecto, recursos, validación y redacción del borrador.

## Declaración de conflicto de intereses

Los autores declaran no tener ningún conflicto de interés financiero, académico ni personal que pueda haber influido en la realización del estudio.