



POSGRADOS

MAESTRÍA EN _____ COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA DIGITAL

RPC-SO-30-No.505-2019

OPCIÓN DE
TITULACIÓN:

ARTÍCULOS PROFESIONALES DE ALTO NIVEL

TEMA:

EL ORATORIO SALESIANO VIRTUAL: UNA MIRADA DESDE LA
NARRATIVA TRANSMEDIA

AUTOR:

AUGUSTO ANTONIO SAKIHAMA MIYASHIRO

DIRECTORA:

NARCISA JESSENIA MEDRANDA MORALES

QUITO - ECUADOR
2021

Autor/a:



Augusto Antonio Sakihama Miyashiro

Licenciado en Educación.

Licenciado en Teología

Candidato a Magister en Comunicación Estratégica Digital por la Universidad Politécnica Salesiana-Sede Quito

saugusto@est.ups.edu.ec

Dirigido por:



Narcisa Jessenia Medranda Morales.

Licenciada en Comunicación Social.

Master en Educación

Master Universitario en Periodismo de Investigación, Datos y Visualización.

Doctor-Ph.D en Comunicación y Periodismo.

nmedranda@ups.edu.ec

Todos los derechos reservados.

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

DERECHOS RESERVADOS

©2021 Universidad Politécnica Salesiana.

QUITO – ECUADOR – SUDAMÉRICA

SAKIHAMA MIYASHIRO AUGUSTO ANTONIO.

EL ORATORIO SALESIANO VIRTUAL: UNA MIRADA DESDE LA NARRATIVA TRANSMEDIA.

RESUMEN.

Con la aparición de la Pandemia de Covid 19 el mundo quedó en un aislamiento social en el cual Ecuador no fue la excepción. Durante este tiempo se ha potenciado herramientas digitales que ayudan a educar y formar desde la telepresencia. Las redes sociales como Facebook e Instagram cumplen un valor fundamental en la expansión de información y contenidos que utilizan los jóvenes para comunicarse. Para el carisma salesiano los oratorios son espacios formativos donde los jóvenes encuentran una casa, parroquia, patio y escuela donde se interactúa y se crece personal como espiritualmente. La narrativa transmedia tiene un papel importante en la creación de comunidades participativas donde la inteligencia colectiva ayuda a expandir relatos considerando al prosumidor como sujeto constructor de nuevas historias. Se pretende con la siguiente investigación observar si las características de la narrativa transmedia están presente en la comunicación de los oratorios salesianos en el Ecuador.

Palabras Claves:

Transmedia, telepresencia, Oratorios Salesianos, Conectivismo, Constructivismo, prosumidor, Ecuador, Don Bosco, Competencia mediática, Redes sociales.

ABSTRACT

With the emergence of the Covid-19 Pandemic, the world has been in social isolation and Ecuador has not been an exception. In these circumstances, digital tools have been promoted to help training and educating people in virtual presence. Social Networks, as Facebook and Instagram, play a fundamental role in the spreading of information and content that young people use to communicate. In the Salesian charism, oratories are formative avenues where young people find a home, a parish, a courtyard and a school to interact and grow both spiritually and personally. The transmedia narrative has an important role to play in the creation of participatory communities where collective intelligence helps to expand stories, considering the prosumer as the subject of new stories. The following research aims at observing whether the characteristics of the transmedia narrative are present in the communication of Salesian oratories in Ecuador.

Keywords:

Transmedia narrative, telepresence, Salesian oratory, connectivism, constructivism, prosumer, Ecuador, St. John Bosco, media competition, social media.

Antecedentes.

Con la llegada de la Pandemia, provocada por la Covid -19 se han puesto en marcha varias herramientas digitales ya sean para la interacción social como para la educación. Plataformas como zoom, google meet, Hangout, Team y otros, además del uso masivo del manejo de las redes sociales como Facebook, Instagram y Tik Tok aumentaron la interacción social tanto personal como grupal entre los usuarios de estas redes. En este sentido, Alvarez (2020) afirma que, en Latinoamérica sobre la educación en tiempos de la Covid-19 se han implementado varias herramientas y software que ayudan al intercambio de conocimiento, estos autores afirman que:

La educación durante esta emergencia sanitaria ha apostado por modalidades “Blended” con una plataforma de contenidos y de comunicación en línea para actividades asíncronas (Moodle y Google Classroom). En otros países complementaron con herramientas de comunicación para que los docentes puedan comunicarse con sus estudiantes (WhatsApp, Facebook, Zoom, Microsoft Teams, Skype, etc) (pág. 9).

Es así que, la pandemia cambió el uso de las herramientas digitales en la educación, la comunicación y el trabajo. Para que estos medios sean más eficaces será necesario sistematizar la información e implementar estrategias que permitan una mejor comunicación que persuada a los usuarios.

Para los Salesianos, el Oratorio es un *lugar de encuentro* en el cual un joven se forma en diferentes aspectos que van desde la educación, los juegos, la música y la formación religiosa. Durante el tiempo de aislamiento, las redes sociales han servido para interactuar, formarse y compartir experiencias diversas con los jóvenes, se podría decir que, los nuevos oratorios de los Salesianos son las redes sociales, ya que estas se han convertido en el espacio de encuentro, de solidaridad, y de formación tanto social como religiosa.

La transmedia es una herramienta narrativa que se utiliza para describir un contenido que se vale de diferentes soportes y medios, en el cual cada mensaje tiene autonomía y da al universo informativo, y los prosumidores contribuyen activamente a la construcción del contenido. Por ello, a través de la Narrativa Transmedia se puede propiciar un sistema que valiéndose de diversos abordajes de plataformas se pueda contar una historia y llegar a interactuar con los jóvenes y persuadir para que estos cuenten nuevas historias.

Los seres humanos aprenden eficazmente cuando al contenido aprendido se agrega medios visuales, auditivos y generan emociones con relación a la temática aprendida. Los adolescentes están expuestos a las redes sociales en diferentes horas del día consumiendo material audiovisual y participando de manera activa en su grupo de pares.

La presente investigación pretende comunicar y educar de manera participativa, a través de conectar diferentes medios digitales para contar una historia con varias herramientas. Para ello se utilizará las redes sociales como Facebook e Instagram ya que son los canales que están utilizando los oratorios para comunicar sus actividades y conectarse con los jóvenes. En este sentido, se planea la siguiente pregunta ¿Cómo aplicar las narrativas transmedia para generar un proceso de formación en el Oratorio Salesiano virtual?

La comunicación en el proceso educativo.

Todo acto educativo se basa en una comunicación realizada de manera sistemática. En ella se impregna de contenidos, valores, emociones y actitudes desde una intención pedagógica.

Los procesos de enseñanza y aprendizaje han ido mutando desde un paradigma “socrático” cuyo lema era “magister dixit” en el cual el maestro daba una lección y el alumno era un simple espectador de lo que el docente decía, pasando posteriormente por una educación “bancaria” denominada así por Pablo Freire donde la enseñanza era “unidireccional” que respondía a un modelo de sociedad fruto de la revolución industrial donde la producción en masa y el modelo de persona era una que ejecutaba normas o comandos para obtener un producto final. Se considera que el proceso educativo va progresando como lo define Delors (1996) cuando menciona el fin de la educación es dotarse de un pensamiento autónomo y crítico para elaborar un juicio propio ante las diversas problemáticas que surjan en la vida”. (Pág 8.)

Por otro lado, el desarrollo de la Psicología hicieron que los paradigmas educativos cambiaran. Desde el **conductismo** según Moreno (2017) se alcanza el aprendizaje cuando se demuestra una respuesta apropiada ante el estímulo que recibimos del exterior al cual se responde una manera determinada. El estudiante debe saber como ejecutar una respuesta apropiada y reconocer las circunstancias desde las cuales opera esta respuesta . De acuerdo con Lazo (2016) podemos decir que la principal característica es entregar información que es mediada a través de premios o castigos. Una de las proyecciones de este paradigma según Moreira (2004) se fundamenta en la enseñanza asistida por el ordenador en la que se caracteriza por asumir los cuatro principios fundamentales de la misma: “el principio de las pequeñas etapas, del ritmo individual, de la participación activa y de la respuesta inmediata”.(pág. 2)

Desde el **cognitivismo** impulsado por autores como Piaget, Ausbel y con aportaciones de Vygotsky señalan una corriente centrada en el conocimiento. Desde esta perspectiva se estudia la mente humana para comprender sus estructuras y funciones en la aprehensión de la información recibida. Afirma Lazo (2016) que la psicología cognitiva se cuestiona cómo adquirimos el lenguaje, cómo producimos su significado, cómo llegamos a tomar decisiones vitales, por qué la creatividad es singular y diversa. Bajo este modelo el docente planifica sus clases teniendo en cuenta el nivel de desarrollo cognitivo del alumno. Por lo tanto, le ayuda a desarrollar aprendizajes y recibirlos de manera significativa para que sean capaces de explorarlas de maneras independientes.

En el **constructivismo**, afirma Araya (2007) para que exista el aprendizaje debe ser construido por el sujeto partiendo de sus experiencias previas y medidas por los contextos sociales y culturales para generar nuevos conocimientos. Dentro de la relación educativa el docente es un “mediador” que ayuda a reconocer y construir esos aprendizajes sea individual como colectivamente. El constructivismo no sólo integra conocimientos nuevos, sino que ello supone unir las actitudes para generar una metacognición.

Dentro del contexto del influjo del mundo digital no podemos dejar de mencionar el **conectivismo** que incorpora elementos de los modelos pedagógicos anteriores. El

conocimiento tiene como base en nodos móviles que cambian e interaccionan con las personas y sus entornos sociales y construyen aprendizajes. Para Sloep (2011) dentro de la era digital donde la cantidad de información se multiplica y se hace más complejos los procesos de aprendizaje, subraya los siguientes ejes:

- EL conocimiento y aprendizaje se sustentan en la multiplicidad de opiniones.
- El aprendizaje es un proceso que consiste en unir los nodos de información que se recibe.
- El carácter social del aprendizaje expansivo en las redes.
- El carácter activo del estudiante como sujeto de una red.
- La inclusión de la tecnología digital en los procesos de aprendizaje.
- El proceso de adquirir un conocimiento nuevo se genera de manera más crítica.
- Es necesario alimentar y mantener conexiones para facilitar el aprendizaje permanente (pág. 5)

Desde estos principios del conectivismo podemos sustentar lo que Reig (2013) denomina TEP (Tecnologías para el Empoderamiento y la Participación) en el cual el individuo cuando es parte de una red se convierte en un micromedio de aprendizaje y de toma de decisiones que generan una participación en el ejercicio de la ciudadanía y agente activo de desarrollo cultural y científico, desarrollando así los valores 2.0 que son el diálogo, el compartir, la colaboración, y la transparencia.

La tecnología como mediadora para un cambio comunicativo.

La etimología de la palabra Tecnología tiene su raíz en el griego “**Tekne**” que significa técnica u oficio y de “**Logos**” que se interpreta como ciencia y conocimiento. Para Castells (1999) la tecnología es un conjunto de técnicas que parten del conocimiento científico y sirven para el diseño y construcción de objetos para satisfacer las necesidades humanas.

Con el renacimiento se da énfasis a la ciencia y dentro de ella podemos mencionar la aparición de la imprenta con Gutemberg que marca un hito no sólo desde la tecnología sino de la masificación de la información que hizo que el conocimiento llegará a muchas personas y que a vez tuviera influjo en la educación y enfocara en habilidades de leer y escribir, que a esto posteriormente se lo llamará alfabetizar. Cuando hablamos de alfabetización afirma Martínez (2014) que es un proceso social, que habilita a los individuos para el aprendizaje permanente, dentro de esta se encuentra la alfabetización digital que está directamente relacionado con el aprendizaje de competencias digitales para la inclusión social y la participación ciudadana. Ante esta evidencia podemos preguntarnos: ¿Las tecnologías cambian nuestra cultura o simplemente son sucesos accidentales que contribuyen al desarrollo humano?

La innovación tecnológica digital no son meros instrumentos sino que han transformado especialmente en este tiempo de pandemia por la Covid 19 nuestra manera de comunicarnos, educarnos, expresarnos en nuestra vida privada, social y democrática; por lo tanto, cambia nuestro modo de hacer cultura.

Para Barbero (1991) los medios de comunicación no son meros instrumentos sino son parte de la transformación social. De acuerdo con Baca (2011) cuando accedemos a las

redes sociales (Facebook, Instagram, Youtube, Tik Tok, etc) o servicios de Streaming como Netflix, Amazon Prime o Disney+, no sólo participamos o consumimos sino que ellos transmiten saberes, culturas que apropiándonos de las mismas, con la participación nos convertimos en agentes de transformación.

Para Fernandez (2016) La globalización expresa los poderes avasallantes del mercado, su tendencia perversa a uniformar saberes, gustos e intereses en el nivel planetario, abre así mismo cambios radicales a partir de los modos en que los sujetos se apropian de las TIC, atribuyéndoles sentidos alternativos y eventualmente transformadores.

Aporte de la narrativa transmedia en el proceso de construcción educativa.

Cuando se habla de narrativa transmedia surge el nombre de Henry Jenkins que menciona este termino en el año 2003 para la revista Technology Review cuyo título era Transmedia Storytelling mencionaba el uso sistemático de una narración a través de muchas plataformas para que los personajes se mostraran atractivos. En este sentido, Scolari (2013) define a la transmedia como “un tipo de relato en el que la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación en el cual una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión”(pág. 247).

Con la aparición pública de Internet en los años 90 se ha intensificado su uso para expandir relatos sobre todo en los campos del cine, la educación y la ciencia. Con la evolución de la red de redes, la Web 2.0 destaca la palabra prosumidor que tiene una mayor fuerza en cuanto se convierte en “fan”, ya que puede empoderar y expandir las historias a través de otros medios que en el mundo digital se puede traducir en: Blogs, Webs, redes sociales (Youtube, facebook, twitter, instagram).

Como afirma Regina (2014) la narrativa transmedia nos da un aporte en los procesos formativos ya que no solamente es utilizado en el cine, en el marketing o en el periodismo sino también en la educación durante el proceso de enseñanza y aprendizaje

La Narrativa Transmedia como medio para la formación de adolescentes y jóvenes.

Los medios de Comunicación social tradicionales tales como la radio, televisión y la prensa han sufrido un cambio importante desde la aparición de la Internet ya que en la Web 2.0 los usuarios pueden generar sus propios contenidos considerándose “prosumidores”. Según Miranda (2016) el prosumidor es la unión del productor con el consumidor, por lo tanto, es aquel que no sólo consume, sino que es productor de los mismos contenidos que recibe.

La transmedia como narrativa comunicativa aporta a los paradigmas educativos como el constructivismo y el conectivismo. En el constructivismo todo proceso es comunicativo, de manera particular, el mensaje en el cual el usuario no es un sujeto pasivo del proceso sino por lo contrario, es activo y contribuye a abrir nuevos espacios en una historia. Barbero (1991) hace un énfasis en como las tecnologías ayudan a un proceso de construcción social en cuanto que ellas cambian los modos de ser, hacer y pensar de las personas (pág.13). Con relación al conectivismo, Siemens (2017) afirma que el aprendizaje reside fuera de nosotros (al interior de una organización o en una base de

datos) y está enfocado en conectar conjuntos de información especializada, y las conexiones que nos permiten aprender más tienen mayor importancia que nuestro estado actual de conocimiento. La web 2.0 nos dio la oportunidad de que la comunicación sea multidireccional y que los consumidores se conviertan a su vez en productores, apropiándose del contenido recibido y multiplicarlo en las diversas plataformas digitales de preferencia a las redes sociales.

Los discursos narrativos que los jóvenes construyen en las redes sociales.

Con la masificación del uso de Internet se han agilizado el acceso a la información y a la comunicación en todo el mundo. Como lo menciona Ayala (2012) sobre la profecía de Mc Luhan en sus libros *Gutenberg Galaxy* (1962) y *Understanding Media* (1964): “La nueva interdependencia electrónica vuelve a crear el mundo a imagen de una aldea global”. La globalidad en el mundo digital hace de este mundo un pequeño pueblo en donde la información y la comunicación están al alcance de un click.

La pequeña aldea es el mundo que se interconecta con otras personas y con otras culturas por medio del Internet. Ecuador no es ajeno a esta realidad. Según El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos de Ecuador (INEC) (2019) el 71,9% en el área urbana y el 55,2% en rural accede a Internet desde su hogar. Por otro lado, el 40% de ecuatorianos entre los 5 años en adelante utilizan las redes sociales desde su smartphone.

Con el aumento del acceso de internet en los hogares como en la conectividad móvil los jóvenes han tomado este espacio para interactuar, aprender, ejercer ciudadanía y divertirse.

Uso de las redes sociales en los adolescentes y jóvenes en el Ecuador.

El uso del internet se ha convertido durante este tiempo de pandemia en una herramienta primordial para la comunicación, teletrabajo, educación y el uso del tiempo libre. Durante este tiempo el uso de las redes sociales entre los adolescentes y jóvenes han aumentado. Tomando como fuente Mentinno (2021) podemos mencionar tres principales de las redes sociales digitales (Facebook, Instagram y TikTok).

En el uso de Facebook los adolescentes en Ecuador entre 13 a 17 representan el 8% y los jóvenes entre 18 al 24 lo usan el 27% . Estos datos son señalados por Mentinno y se pueden visibilizar en los siguientes gráficos:

ENE 2021

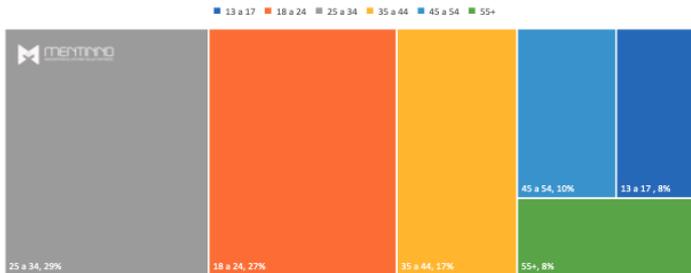


Perfil Usuarios Facebook Por Edad y Género Ecuador – Enero 2021

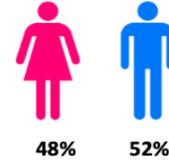


Usuarios: 13'300.000

Edades Usuarios Facebook Ecuador Enero 2021



Fuente: Facebook Ads. 14 de enero de 2021



Edades	Usuarios	Porcentaje
13 a 17	1.100	8%
18 a 24	3.600	27%
25 a 34	3.900	29%
35 a 44	2.300	17%
45 a 54	1.300	10%
55+	1.100	8%
Total	13.300	100%

Usuarios en miles.

Información de datos tomados de Mentinno 2021:

<https://blog.formaciongerencial.com/estadodigitalecuador2021/>

Con relación al uso de Instagram, los adolescentes entre los 13 a 17 años representan el 8%, mientras que, los jóvenes entre los 18 y 24 años representan el 27%.

ENE 2021

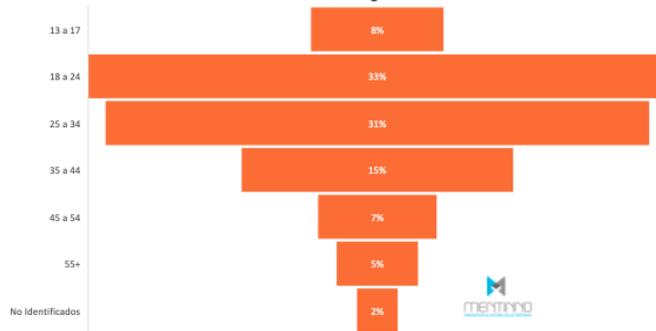


Perfil Usuarios Instagram Por Edades Ecuador – Enero 2021

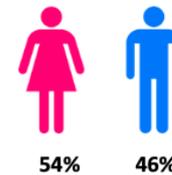


Usuarios: 5'200.000

Distribución Edades Usuarios Instagram Ecuador Enero 2021



Fuente: Facebook Ads. 13 de enero de 2021



Edades	Usuarios	Porcentaje
13 a 17	390	8%
18 a 24	1700	33%
25 a 34	1600	31%
35 a 44	800	15%
45 a 54	350	7%
55+	240	5%
No Identificados	120	2%
Total	5200	100%

Información de datos tomados de Mentinno 2021:

<https://blog.formaciongerencial.com/estadodigitalecuador2021/>

En cuanto al uso de la red social TikTok, los adolescentes entre los 13 a 17 años representan el 16% de la población, mientras que, el rango de edad entre los 18 a 24 años lo usan el 55%.

ENE 2021



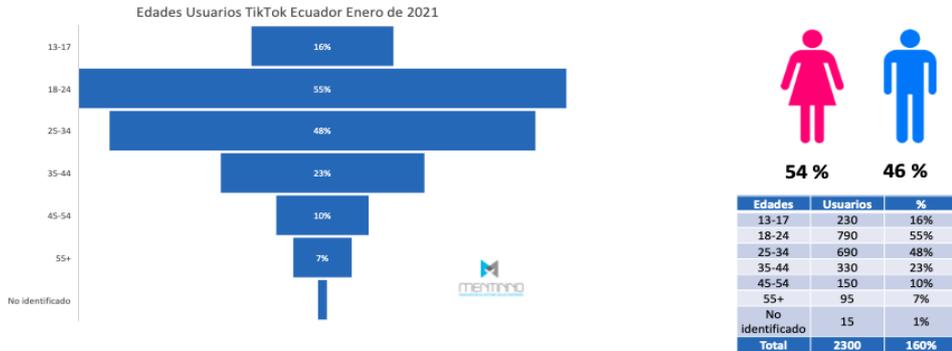
Perfil Usuarios TikTok Por Edad y Género



Ecuador – Enero 2021



Usuarios: 2'300.000



Información de datos tomados de Mentinno 2021:

<https://blog.formaciongerencial.com/estadodigitalecuador2021/>

Desde el informe que presenta Mentinno sobre el Estado digital del Ecuador se verifica que tanto adolescentes y jóvenes habitan y comunican en este mundo digital en las redes sociales de preferencia en Facebook, Instagram y TikTok.

Uso de las redes sociales entre los adolescentes y jóvenes en Ecuador.

Con la llegada de la Web 2.0 se abre un nuevo campo de investigación sobre las comunidades virtuales o como lo afirma Wellman (2001): “redes de lazos interpersonales que proporcionan sociabilidad, apoyo, información, y un sentimiento de pertenencia y una identidad social”(pág.148) . En este sentido, como lo define Ruiz (2015) las Redes Sociales encuentran vigencia en el lenguaje de los adolescentes y jóvenes del mundo, a través de estos medios digitales ellos encuentran lugar para comunicarse e interactuar con sus pares. Según García (2018) en la teoría de los Usos y las Gratificaciones, afirma que las personas realizan selecciones de manera activa en los medios de comunicación en cuanto a sus intereses y necesidades con la finalidad de satisfacer sus deseos y obtener recompensa. En las Redes Sociales encuentran un espacio natural desde la cotidianidad en las cuales pueden interactuar con personas de distintos lugares y nacionalidades superando barreras espacio temporales.

El término red social no hace referencia a una aplicación o un software sino que tiene un concepto más amplio que viene de las ciencias sociales. Para Requena (2009) la red social es:

Un conjunto de puntos (actores sociales) vinculados por una serie de relaciones que cumplen determinadas propiedades. Las redes sociales gozan de una estructura y una morfología propias, cuyas cualidades, como la posibilidad de cuantificar las relaciones y su consiguiente tratamiento matemático, evidencian importantes aplicaciones para el análisis e interpretación de las conductas sociales (pág.89).

Los usos del término red social se emplean para referirse a los vínculos existentes entre un conjunto de personas como también redes de apoyo por una causa determinada. Las redes sociales crecen siguiendo el modelo viral es decir que un miembro de la red invita a otros conocidos y que a su vez este tiene su propia red en la cual se entretienen y es por eso que el proceso de crecimiento se desarrolla de una manera muy rápida.

Tanto los adolescentes como los jóvenes son los primeros que se apropian de esta tecnología encuentran un espacio de encuentro entre pares, artistas que siguen modas, temas de interés y por ello es frecuente que se registren en más de una comunidad virtual. Para García (2013) Normalmente, los adolescentes utilizan las redes sociales para enviar mensajes, actualizar su perfil, compartir videos o fotos de amigos, entre otros. Según Guaña (2018) los jóvenes utilizan las redes sociales para la creación de nueva identidad ¿Quién soy yo en el mundo digital y cómo me ve el resto de la comunidad?. Esta identidad digital le permite a cualquier persona conocer las actividades familiares, educativas, recreativas entre otras que comparten muchas veces indiscriminadamente, sin restricción y limitaciones. En las redes sociales tanto adolescentes como jóvenes se sienten libres e independientes de expresar y de realizar cualquier actividad con tal de verse y ser visto por cualquier persona y sentirse aceptados por un grupo determinado.

La narrativa transmedia en las redes sociales.

La transmedia como afirma Scolari (2013) es una forma particular de narrar una historia que se expande a través de diferentes sistemas de significación (verbal, icónico, audiovisual, interactivo, etc) y medios tanto analógicos como digitales.

Desde las narrativas transmedia las redes sociales digitales se convierten en un poderoso instrumento para expandir las historias. Reig (2012) denomina a las redes sociales como las nuevas “ágoras públicas” ya que son lugar de encuentro donde se comparte y crea nuevo conocimiento.

El Oratorio Salesiano un laboratorio de encuentro para la formación de los jóvenes.

Don Bosco llamado también el “Santo de la Juventud” nacido en un pequeño pueblo llamado I Becchi, el 16 de agosto de 1815 fundador de la Pía Sociedad de San Francisco de Sales conocida como los Salesianos, parte su proyecto apostólico de ver la situación emergente de adolescentes y jóvenes que venían de muchos pueblos cercanos a Turín a trabajar y en medio del abandono material, moral, familiar y educativo, Don Bosco movido por la caridad cubrió todas esas necesidades. Por ello podemos decir que el Oratorio Salesiano es una casa que acoge, una Parroquia que Evangeliza, Un patio donde se Encuentra con los amigos y Una Escuela que prepara para la vida.

En los capítulos 4 y 5 del volumen III de las Memorias Biográficas de Don Bosco se hallan varios hechos de cómo Don Bosco buscaba las oportunidades para encontrarse con los muchachos y participaran en su oratorio (1996).

Un día acompañó a D. Bosco por las calles de Turín, cuando frente a la Iglesia de la Trinidad nos encontramos con un joven de aspecto perverso y arrogante. Y Don Bosco, amablemente: - ¿Quién eres?, yo soy un padre que ama a los jóvenes y los domingos los reúno en un hermoso lugar – el joven respondió – Soy un pobre joven desempleado, sin

padre y sin madre, y busco trabajo. Y la propuesta final de Don Bosco: El domingo te espero en el oratorio, ven, te divertirás, y luego buscaré un trabajo”. Don Bosco sacó de su bolsillo una moneda la puso en las manos del joven. El joven, conmovido, miró la moneda y respondió: - “¡Don Bosco! iré al oratorio”. En efecto, el joven llegó al oratorio y se quedó con Don Bosco (Pág 98).

De este acontecimiento podemos deducir que la experiencia del Oratorio es una experiencia en “salida” al encuentro de los adolescentes y jóvenes. Don Bosco no espera que los jóvenes vayan hacia él sino que va donde ellos habitan (calles, bares, lugares donde trabajan, etc) y estando entre ellos les hace una propuesta clara y responde a sus necesidades: “ven, te divertirás y luego buscaré un trabajo”. Don Bosco hoy seguiría haciendo lo mismo: Salir a cruzarse con los jóvenes, escucharlos y hacerle una propuesta integral de formación humana - espiritual en todos los ámbitos tanto en los físicos como en los nuevos areópagos y especialmente en las redes sociales.

El Oratorio Salesiano como dice Valiente (2011) haciendo referencia a Umberto Eco, “es una auténtica revolución desde el punto de vista comunicativo, pues crea una nueva forma de estar juntos, un ambiente donde todo comunica en una misma dirección”(pág. 103). Es por ello que el Oratorio es un espacio de propuestas donde se viven experiencias de familia (casa), de Encuentro con Dios y la fe vivida en comunidad (parroquia), de juego en el cual se aprende a trabajar en equipo (patio) y un lugar donde se aprende para la vida (escuela). Todos ellos conforman espacios vitales (la música, el juego, el teatro, las publicaciones) que llevan en un solo sentido al encuentro de Dios a través de la educación en donde los jóvenes son los protagonistas.

Las experiencias previas y la construcción del Sistema Preventivo.

Desde una mirada del constructivismo el proceso de enseñanza – aprendizaje comienza por nuestros saberes previos, nuestras experiencias (familiares, educativas, amicales) son la base para “construir” nuevos saberes. Cuando Don Bosco siendo sacerdote en las calles de Turín realiza una propuesta a los jóvenes; parte de lo aprendido: valores familiares, experiencias laborales (trabajó de zapatero, carpintero y barista) y valores religiosos vividos en el hogar y en su pueblo, en el contacto con sacerdotes y de lo aprendido en la escuela y en el seminario. Podemos decir que Don Bosco era una persona muy hábil en las diferentes dimensiones humanas y espirituales, Gardner (2018) lo denomina “Inteligencia múltiples”.

Con base en una visión sistémica de la inteligencia humana, tenemos las siguientes inteligencias: lingüística (relacionada con las habilidades escritas y gestuales); lógico-matemática (habilidades numéricas, lógicas); espacial (habilidades con geometría, imágenes mentales y símbolos, colores, dibujos); musical (habilidad con sonidos, ritmos, musicalidad); corporal y sinestésica (habilidades motoras, danzas, gimnasia); intrapersonal (capacidad de lidiar con sentimientos, empatía); interpersonal (capacidad de interpretar palabras, gestos e intenciones latentes); naturalista (gusto por la naturaleza, animales, vegetales, climas, supervivencia humana, sentido planetario) (pág 36).

Una lectura de las Memorias del Oratorio como lo afirma Mendes (2018) revela datos muy interesantes sobre la inteligencia de Don Bosco. Desde que era un adolescente, se destacaba en la capacidad de relacionarse, por ejemplo, de hacer amigos, de conocer a sus colegas, de interactuar con ellos. Del mismo modo, la música, el teatro, los juegos

que él dominaba muy bien, así como la prestidigitación demuestran como él desarrolló una verdadera geometría de las relaciones humanas con sus familiares y amigos.

Cuando se habla sobre el Sistema Preventivo como un método se puede decir que nace de la Praxis Educativa es decir, que partiendo desde la experiencia, va al encuentro de los jóvenes abandonados en la ciudad de Turín. Este Sistema se sustenta sobre tres bases que son: la razón, la religión y la amabilidad.

La razón como la base de la relación educativa entre el educador y el educando. Todo se sustenta bajo la razón. Las palabras siempre logran convencer más que el golpe de una reprimenda. La religión en la relación con el joven le abre a la trascendentalidad a vivir en un Dios que lo ama y necesita salvarlo. La misión de Don Bosco no se puede comprender si no es desde la caridad cristiana que se vive apasionadamente de encontrar a Dios en los jóvenes. La amabilidad es la tercera base de este sistema, es la forma en la que se da la relación no sólo entre educador y educando sino es el espíritu de familia que se involucra identificando que todas las cosas, consejos se hacen buscando el bien de cada joven.

La telepresencia en los Oratorios Salesianos.

Durante el tiempo de pandemia provocado por la Covid – 19 surgen muchas iniciativas de realizar un acercamiento virtual en el mundo salesiano. A través de las redes sociales se busca este acercamiento a los niños, adolescentes y jóvenes a realizar actividades de entretenimiento y formación, a esta acción la llamamos “telepresencia”.

Según Mendes (2018) la telepresencia se puede definir como la capacidad de entrar en una dimensión que trasciende lo físico, a otro nivel, por medio de la intermediación del entorno creado para tal experiencia. El "otro nivel" es el intento de los académicos de encontrar un espacio más allá del espacio físico temporal para definir la virtualidad.

Al hablar de realidad virtual Biocca (1995) hace mención a llevar a las personas a vivir la aventura del mundo imaginario: “La realidad virtual promete un tipo de transcendencia de los límites físicos de la realidad”. Por lo tanto, la realidad virtual es la experiencia de estar en el presente en un entorno (creado virtualmente) por medio de una persona conectada a través de una computadora, celular o Tablet con Internet.

Las redes sociales permiten acceder a esta experiencia a través de una “videollamada” por Whatsapp, Facebook Messenger o Skype, en ellas los seres humanos interactuamos (audio y video) con sentimientos y emociones reales rompiendo la barrera del espacio. Biocca (1995) afirma que la recreación de un escenario virtual ofrece a las personas “realidad” que proyecta el cuerpo, los sentidos, las emociones, las percepciones. La telepresencia depende de la intensidad de los factores externos que estimulan la mente, los sentidos y el cuerpo en general.

Se puede afirmar que durante estos tiempos de emergencia sanitaria se vive la telepresencia ya que se trata de llevar la experiencia del Oratorio Salesiano a una comunicación virtual, a cada uno de los hogares de los niños adolescentes y jóvenes. Estos encuentros tienen un objetivo final que el dicasterio para la Comunicación Social Salesiana (2008) traza como importante:

Los salesianos no vemos ni entendemos la Comunicación Social como algo puramente teórico o técnico. No nos consideramos técnicos especialistas en información y noticias, sino que buscamos ser profesionales en ese campo porque nos lo pide nuestra misma vocación de apóstoles y misioneros de los jóvenes: allí hay que encontrar y manifestar el amor de Dios. Queremos aprender, queremos conocer y utilizar los medios y la tecnología como dimensión transversal y nuevo lenguaje, como espacio de encuentro en una obra salesiana, como tecnología que introduce en una nueva cultura y como recurso educativo evangelizador. (pág.4)

La presencia de los Salesianos entre los jóvenes en el ámbito digital es esencial porque en estos espacios se puede encontrar y manifestar el amor de Dios. El espacio formativo y Evangelizador denominaremos como patios virtuales Salesianos.

Metodología.

Con el objetivo de analizar la narrativa transmedia como medio para generar un proceso de formación en el “Oratorio Salesiano Virtual” dentro de las redes sociales Facebook, Instagram y Tik Tok, para sistematizar un proceso comunicativo dinámico, se aplicó la metodología que esta basada en la investigación sobre la formulación de la competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores de Ferrés y Piscitelli (2012). Esta surge de una investigación realizada desde el 2005 al 2010 en España con el objetivo de evaluar el grado de competencia mediática de la ciudadanía. Para comprenderla es necesario clarificar 3 términos: Competencia, dimensiones e indicadores.

Esta metodología por Ferrés y Piscitelli se adapta para el contexto ecuatoriano en la verificación del uso de técnicas transmedia en los oratorios virtuales salesianos en las redes sociales de facebook e Instagram. El objetivo del artículo es detectar las posibles fortalezas y deficiencias al comenzar un proyecto transmedia en los asesores que gestionan las redes sociales de los oratorios salesianos de Ecuador.

- a) **Competencia:** Este término nació en el mundo laboral para designar habilidades que la persona debe adquirir para enfrentar un determinada actividad. Para Díaz (2006) competencia es generar la habilidades que se deben formar desde la educación como instrumento que permite el acceso general a la cultura.
- b) **Dimensiones:** El diccionario de la Real Academia Española la define como dimensión a “cada una de las magnitudes de un conjunto que sirve para definir un fenómeno”. El fenómeno de la comunicación, se deben mirar de manera holística. Para Ferrés y Piscitelli (2012) la comprensión global del fenómeno exige especificar y diferenciar cada una de las magnitudes relevantes para no pasar por alto ninguna de ellas ni en el análisis ni en la praxis expresiva.
- c) **Indicadores:** Para Jaeger (1976) el indicador desde una óptica educativa, es una medida específica , explícita y objetivamente verificable de los cambios o resultados de una actividad o necesidad.

Dimensión del lenguaje

Lo que se pretende desde la propuesta de Piscitelli y Ferrés (2012) es que cuando se habla de narrativas transmedia comprendemos la convergencia de diferentes medios visuales, sonoros o escrito. Para ello es necesario que el receptor comprenda la complementariedad de los diferentes textos mediáticos. En este sentido, para esta dimensión en esta investigación se proponen 3 indicadores para analizar desde el lenguaje a los oratorios virtuales Salesianos Ecuatorianos.

Indicadores.

- Capacidad de distinguir los diferentes medios para comunicar ya sean visuales, sonoros o escritos.
- Capacidad de comprender el flujo de las historias y de informaciones procedentes de múltiples medios, soportes, plataformas y modos de expresión.
- Capacidad de establecer relaciones entre texto y la imagen para generar interacción e enriquecimiento por parte del prosumidor.

Dimensión de la Tecnología.

El papel de la tecnología para la comunicación es vital ya que no sólo es un vehículo transmisor de contenidos sino es transformador de la cultura. Hermann (2019) afirma que, las herramientas tecnológicas de la web 2.0 hacen posible una comunicación multidireccional que ayuda a la expansión de las historias que promueve las Narrativas Transmedia. Así mismo al igual que en la dimensión del lenguaje se proponen 3 indicadores que buscan visibilizar los contenidos transmedia que se utilizan en los oratorios salesianos.

Indicadores.

- Habilidad para interactuar de manera significativa con medios que permiten expandir las historias o noticias.
- Capacidad de manejo de innovaciones tecnológicas que hacen posible una comunicación multimodal y multimedial.
- Capacidad de desenvolverse con eficacia en entornos hipermediales, transmediáticos y multimodales.

Dimensión de la interacción.

La interacción es un elemento prioritario en todo proceso educativo ya que enriquece a las personas que interactúan dentro del proceso enriqueciendo la red que se forma en su entorno, ya sea en el contenido como en lo emocional. Al igual que en las dimensiones del lenguaje y la interacción también se proponen 5 indicadores que permitan revisar la interacción que se da en los oratorios virtuales salesianos entre los animadores y los jóvenes y a su vez entre participantes.

Indicadores.

- Conocimiento de la importancia del contexto en los procesos de interacción.
- Conocimiento de la Netiqueta sobre el uso de las redes sociales en la Inspectoría Salesiana Sagrado Corazón de Jesús.
- Conocimiento de la dinámica de la interacción en las redes sociales.

Dimensión de la producción.

Esta dimensión se encuentra relacionada con los procesos de creación, creatividad y el Storytelling. De igual manera, aquí se desprende el uso de las diversas herramientas básicas para crear historias y mostrarlas en las redes sociales. Según Scolari (2013) las Narrativas Transmedia no son una adaptación de un lenguaje a otro sino extensiones de una historia que respetando su lenguaje audiovisual enriquece su contenido. Para ello se propone 4 indicadores que pretenden evidenciar la producción de contenidos que se comparten en los oratorios virtuales salesianos.

Indicadores.

- Uso adecuado de los lenguaje multimediales para las diferentes redes sociales.
- Capacidad de compartir y disseminar información a través de las redes sociales, incrementando su visibilidad de los mensajes e interacción con comunidades cada vez más amplias.

Dimensión de los Valores.

Los valores son importantes en la construcción de la ciudadanía activa. Desde esta dimensión podemos vislumbrar el manejo de la propia identidad online/offline y actitud responsable ante el control de datos privados, propios o ajenos. Es por ello que se proponen 5 indicadores que buscan promover en los espacios virtuales los valores esenciales que se traducen en la convivencia comunitaria.

Indicadores.

- Capacidad de evaluar la fiabilidad de las fuentes de información, extrayendo conclusiones críticas tanto de lo que se dice como de lo que se omite.
- Capacidad de detectar intenciones o intereses que subyacen tanto en las producciones corporativas como en las populares, así como su ideología y valores, explícitos o latentes, adoptando una actitud crítica ante ellos.
- Capacidad de gestionar las propias emociones en la interacción en las redes sociales en función a las ideología y de los valores que se transmiten en ellas.

Dimensión de la estética.

La estética está relacionada con el orden, armonía y la composición de las piezas gráficas o multimediales.

Indicadores.

- Conocimiento básico de composición tanto en la imagen como en el video.
- Presentación estética de las imágenes posteadas en las redes sociales.

Dimensión de la Expansión.

Esta es una nueva dimensión que aporta a la metodología de Ferrés y Piscitelli. La expansión de la historia es una de las propiedades primordiales de la Transmedia. Según López (2014.) los avances tecnológicos especialmente relacionados con la internet han pasado de la unidireccionalidad a la convergencia, participación e interactividad. Por lo tanto no sólo se trata de visualizar el contenido a través de diferentes medios sino que el prosumidor se apropie de ella, la pueda compartir y reinterpretarla.

- Apropiación de la historia y expandirla en sus propias redes.
- Capacidad de apropiarse del mensaje y extenderlos por las redes sociales aportando o enriqueciéndolo.
- Uso apropiado de los “hashtags” para expandir historias.
- Capacidad crítica y creativa de la información recibida y potenciada a través de la creatividad.

Indicadores.

Si bien, Ferrés y Piscitelli proponen una metodología basada en dimensiones, lo novedoso de esta investigación es la propuesta de una nueva dimensión y la categorización de los indicadores que permitirán evaluar las Redes Sociales de los Oratorios Salesianos de Ecuador. De esta manera, los indicadores propuestos en esta investigación quedarían de la siguiente manera:

Dimensiones	Indicadores.
Lenguaje.	<ul style="list-style-type: none">• Capacidad de distinguir los diferentes medios para comunicar ya sean visuales, sonoros o escritos.• Capacidad de comprender el flujo de las historias y de informaciones procedentes de múltiples medios, soportes, plataformas y modos de expresión.• Capacidad de establecer relaciones entre texto y la imagen para generar interacción e enriquecimiento por parte del prosumidor.
Tecnología.	<ul style="list-style-type: none">• Habilidad para interactuar de manera significativa con medios que permiten expandir las historias o noticias.• Capacidad de manejo de innovaciones tecnológicas que hacen posible una comunicación multimodal y multimedial.

	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de desenvolverse con eficacia en entornos hipermediales, transmediáticos y multimodales.
Interacción.	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de la importancia del contexto en los procesos de interacción. • Conocimiento de la Netiqueta sobre el uso de las redes sociales en la Inspectoría Salesiana Sagrado Corazón de Jesús. • Conocimiento de la dinámica de la interacción en las redes sociales.
Producción.	<ul style="list-style-type: none"> • Uso adecuado de los lenguaje multimediales para las diferentes redes sociales. • Capacidad de compartir y diseminar información a través de las redes sociales, incrementando su visibilidad de los mensajes e interacción con comunidades cada vez más amplias.
Valores	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de evaluar la fiabilidad de las fuentes de información, extrayendo conclusiones críticas tanto de lo que se dice como de lo que se omite. • Capacidad de detectar intenciones o intereses que subyacen tanto en las producciones corporativas como en las populares, así como su ideología y valores, explícitos o latentes, adoptando una actitud crítica ante ellos. • Capacidad de gestionar las propias emociones en la interacción en las redes sociales en función a las ideología y de los valores que se transmiten en ellas.
Estética.	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento básico de composición tanto en la imagen como en el video. • Presentación estética de las imágenes posteadas en las redes sociales.
Expansión	<ul style="list-style-type: none"> • Apropiación de la historia y expandirla en sus propias redes. • Capacidad de apropiarse del mensaje y extenderlos por las redes sociales aportando o enriqueciéndolo. • Uso apropiado de los “hashtags” para expandir historias. • Capacidad crítica y creativa de la información recibida y potenciada a través de la creatividad.

Para el análisis de este artículo hemos construido este instrumento en el cual aparecen las redes sociales (Facebook e Instagram) a analizarse, las 7 dimensiones (Lenguaje, Tecnología, interacción, producción, valores, estética y expansión), los indicadores por cada dimensión y los porcentajes por cada indicador referenciado en (no parece, aparece y total)

RED SOCIAL	Dimensión.	Indicadores	Aparece %	No aparece %	TOTAL %

En esta investigación se analizarán 27 oratorios Salesianos del Ecuador de los cuales hemos analizado 27 páginas de facebook y 7 de Instagram.

Resultados:

Análisis desde las redes sociales en Facebook en Instagram de los oratorios Salesianos del Ecuador.

Dimensión del lenguaje.

En la dimensión del lenguaje, los Oratorios salesianos ecuatorianos alcanzan un en el ambito visual el 78%, en cuanto al tema sonoro logran el 78% mientras que, en lo escrito llegan a un 68%, en cuanto a Instagram los porcentajes superan a los resultados de la red social de Facebook, en lo visual superan el 100%, en el campo de los sonoro logran el 71% y en lo escrito están por encima del 71%.

Tabla 1
Capacidades específicas del transmedia en la dimensión del lenguaje.

Red Social.	Indicador 1.	Aparece	No aparece	Total
Facebook	Capacidad de distinguir los diferentes medios para comunicar ya sean visuales, sonoros o escritos	78%	22%	100%
Instagram		100%	0%	100%
Red social	Indicador 2.	Aparece	No aparece	Total
Facebook	Capacidad de comprender el flujo de las historias y de informaciones procedentes de múltiples medios, soportes, plataformas y modos de expresión.	78%	22%	100%
Instagram		71%	29%	100%
Red social	Indicador 3.	Aparece	No aparece	Total
Facebook	Capacidad de establecer relaciones entre texto y la imagen para generar interacción e enriquecimiento por parte del prosumidor.	67%	33%	100%
Instagram		71%	29%	100%

Dimensión de la tecnología.

En la dimensión de la tecnología se observa que se conoce la dinámica de ambas redes sociales en cuanto a la forma de publicar una imagen o un video pero en muchas de ellas se muestra que postean sólo imágenes . Es por ello que los datos obtenidos de esta investigación nos revelan los niveles medios y bajos con respecto a la administración de la página de facebook. Un 52% tanto las imágenes como el contenido no ayudan a interactuar con los elementos visuales que se colocan. El 48% tiene dificultad para comunicarse multimodal y multimedialmente. El 81 % no aparece que manejen enfoques hipermediales, multimediales y transmediales en la gestión del manejo de la red social. En Instagram se ha analizado que un 71% en su mayoría en los 3 indicadores cumplen con el manejo y la sistematización tecnológica como en la gestión de los contenidos que permiten interactuar con los prosumidores.

Tabla 2
Capacidades específicas del transmedia en la dimensión tecnología.

Red Social.	Indicador 1.	Aparece	No aparece	Total
Facebook	Habilidad para interactuar de manera significativa con medios que permiten expandir las historias o noticias.	48%	52%	100%
Instagram		71%	29%	100%
Red social	Indicador 2.	Aparece	No aparece	Total
Facebook	Capacidad de manejo de innovaciones tecnológicas que hacen posible una comunicación multimodal y multimedial.	52%	48%	100%
Instagram		71%	29%	100%
Red social	Indicador 3.	Aparece	No aparece	Total
Facebook	Capacidad de desnvolverse con eficacia en entornos hipermediales, transmediáticos y multimodales.	19%	81%	100%
Instagram		71%	29%	100%

Dimensión de la interacción.

En el ecosistema transmedial es vital la interacción para que los productos comunicativos se expandan por parte del prosumidor. Sobre esta dimensión se evidencia que en facebook un 63 % tiene algún conocimiento sobre los procesos de interacción con el público. Lo que podemos evidenciar en el segundo indicador que es una fortaleza que se conocen el uso de la netiqueta que tiene la congregación salesiana en el Ecuador con respecto a la comunicación con su público objetivo ya que se observa el 100% de su cumplimiento tanto para facebook como Instagram. Lo que se observa una debilidad es el desconocimiento de la dinámica de interacción en redes sociales tanto en facebook (74%) como en Instagram (43%).

Tabla 3
Capacidades específicas del transmedia en la dimensión Interacción.

Red Social.	Indicador 1.	Aparece	No aparece	Total
Facebook	Conocimiento de la importancia del contexto en los procesos de interacción.	63%	37%	100%
Instagram		71%	29%	100%
Red social	Indicador 2.	Aparece	No aparece	Total
Facebook	Conocimiento de la Netiqueta sobre el uso de las redes sociales en la Inspectoría Salesiana Sagrado Corazón de Jesús.	100%	0%	100%
Instagram		100%	0%	100%
Red social	Indicador 3.	Aparece	No aparece	Total
Facebook	Conocimiento de la dinámica de la interacción en las redes sociales.	26%	74%	100%
Instagram		57%	43%	100%

Dimensión de la producción.

Sobre esta dimensión es particularmente significativa en cuanto que en las redes sociales y su mensaje tienen que ser articulado de una manera concisa, breve y efectiva. Sobre el uso de lenguaje multimedial se observa que en ambas redes sociales (Facebook 70%, Instagram 71%) los oratorios producen sus mensajes y lo presentan ya sea de forma de video o imagen. Lo que no se visualiza es una presentación sistemática para compartir y que el usuario se empodere de la información para distribuirla en sus redes o transformarla ya que solamente se presenta en un 37% en Facebook y en un 43% en Instagram.

Tabla 4
Capacidades específicas del transmedia en la dimensión producción.

Red Social.	Indicador 1.	Aparece	No aparece	Total
Facebook	Uso adecuado de los lenguaje multimediales para las diferentes redes sociales.	70%	30%	100%
Instagram		71%	29%	100%
Red social	Indicador 2.	Aparece	No aparece	Total
Facebook	Capacidad de compartir y diseminar información a través de las redes sociales, incrementando su visibilidad de los mensajes e interacción con comunidades cada vez más amplias.	37%	63%	100%
Instagram		43%	57%	100%

Dimensión de los Valores.

Sobre esta dimensión hemos observado la capacidad crítica como se obtienen las informaciones y si buscan corroborar las fuentes antes de realizar publicaciones en las redes sociales. Los mensajes en su gran mayoría son tomados de páginas católicas y de Instituciones Salesianas que tienen una reputación ganadas. Por eso que en un 70% y en 100% en facebook e Instagram respectivamente se colocan mensajes que van de acorde con la axiología salesiana. En estas piezas audiovisuales se observan que el contenido va de acuerdo a los principios formativos de los oratorios salesianos que se expresan en un 70% en facebook y 84% en Instagram. Se muestra como desafío el persuadir al público utilizando las emociones y una voz que permitan a los usuarios a empoderarse, compartir y crear nueva información.

Tabla 5
Capacidades específicas del transmedia en la dimensión Valores.

Red Social.	Indicador 1.	Aparece	No aparece	Total
Facebook	Capacidad de evaluar la fiabilidad de las fuentes de información, extrayendo conclusiones críticas tanto de lo que se dice como de lo que se omite.	70%	30%	100%
Instagram		100%	0%	100%
Red social	Indicador 2.	Aparece	No aparece	Total
Facebook	Capacidad de detectar intenciones o intereses que subyacen tanto en las producciones corporativas como en las populares, así como su ideología y valores, explícitos o latentes, adoptando una actitud crítica ante ellos.	70%	30%	100%
Instagram		86%	14%	100%
Red social	Indicador 3.	Aparece	No aparece	Total
Facebook	Capacidad de gestionar las propias emociones en la interacción en las redes sociales en función a las ideología y de los valores que se transmiten en ellas.	37%	63%	100%
Instagram		43%	57%	100%

Dimensión de la Estética.

Asumir un proyecto transmedia va unido con la estética en cuanto que las piezas audiovisuales tienen que generar impacto en los primeros segundos para conectarse con el público objetivo. Por ello se busca en esta dimensión que se tengan conocimientos básicos de composición como se observa positivamente de un 63% en facebook y en un 71% en Instagram y que están pensadas para las redes sociales 56% para facebook y 86% para Instagram.

Tabla 6
Capacidades específicas del transmedia en la dimensión estética.

Red Social.	Indicador 1.	Aparece	No aparece	Total
Facebook	Conocimiento básico de composición tanto en la imagen como en el video.	63%	27%	100%
Instagram		71%	29%	100%
Red social	Indicador 2.	Aparece	No aparece	Total
Facebook	Presentación estética de las imágenes posteadas en las redes sociales.	56%	44%	100%
Instagram		86%	14%	100%

Dimensión de la Expansión.

Una de las características importantes de la transmedia es la expansión de los contenidos por parte de los prosumidores. Desde el indicador 1 Los oratorios salesianos del Ecuador evidencian un déficit en diseminar los contenidos y empoderar al público objetivo ya que no aparecen en un 74% en facebook y en un 43% en Instagram. En el indicador 2 sobre el enriquecimiento de los mensajes de los públicos objetivos se denota una insuficiencia de Facebook 67% como de Instagram 71% ya que no se les invita mayormente a la acción (call to action). En el indicador 3 sobre el uso de herramienta sobre el seguimiento en contenidos como los hashtags especialmente para facebook 70% en Instagram la situación es diferente en cuanto el uso de “hashtags” lo usan en cada posteo. Con relación al indicador 4 se evidencia que existe una capacidad crítica y creativa en el momento de generar un contenido lo muestran en facebook con un 70% e Instagram con un 71%.

Tabla 7
Capacidades específicas del transmedia en la dimensión de la expansión.

Red Social.	Indicador 1.	Aparece	No aparece	Total
Facebook	Apropiación de la historia y expandirla en sus propias redes.	26%	74%	100%
Instagram		57%	43%	100%
Red social	Indicador 2.	Aparece	No aparece	Total
Facebook	Capacidad de apropiarse del mensaje y extenderlos por las redes sociales aportando o enriqueciéndolo.	33%	67%	100%
Instagram		29%	71%	100%
Red social	Indicador 3.	Aparece	No aparece	Total
Facebook	Uso apropiado de los “hashtags” para expandir historias.	30%	70%	100%
Instagram		86%	14%	100%

Red social	Indicador 4.	Aparece	No aparece	Total
Facebook.	Capacidad crítica y creativa de la información recibida y potenciada a través de la creatividad.	70%	30%	100%
Instagram		71%	29%	100%

Conclusiones.

Se verifica un camino realizado en la capacitación de herramientas comunicativas sobre contenidos y quehacer del oratorio salesiano. Los responsables de la comunicación manejan con una cierta facilidad el lenguaje multimedial, dominan los aspectos básicos de publicar información en las redes sociales pero a su vez carecen de formación sobre la dinámica de los algoritmos de facebook en Instagram sobre los procesos de interacción y expansión de contenidos. Desde la observación de las cuentas de facebook e Instagram son pobres las estrategias de planeación pensando en las narrativas transmedias de la cual consisten en diseminar contenidos en donde los prosumidores puedan apoderarse de las mismas, diseminarlas y enriquecerlas.

La congregación Salesiana en el Ecuador ha venido trabajando los códigos de ética como en los manuales de Netiqueta especialmente en su comunicación e interacción con sus destinatarios y se reconoce como una fortaleza en la presente investigación. Es necesario adjuntar a estos manuales el reconocimiento de las fuentes donde se extrae las publicaciones realizadas ya sean imágenes, sonoras o escritas.

Es necesario reconocer que la información publicada en las redes es compartida desde páginas católicas o de la congregación Salesiana distinguidas por su objetividad y su misión de educar y Evangelizar a los jóvenes, pero es necesario hacer un estudio sobre sus públicos objetivos en cada una de las redes con el fin de comunicar, persuadir y compartir de manera efectiva.

Con relación a la Estética en la publicación de piezas gráficas en los Oratorios Salesianos manejan un conocimiento básico al momento de componer imágenes evitando una infoxicación de contenidos. En las narrativas transmedia es importante lo estético en cuanto puede impresionar en un primer momento al joven a compartir una determinadas piezas multimediales. Es necesario profundizar en este aspecto realizando talleres a todos los coordinadores de comunicación de los oratorios.

La expansión es la base de la Narrativa Transmedia de la cual adolecen los oratorios ya que en su gran mayoría sólo narran los hechos ocurridos pero no invitan a ir a otros medios o expandir las historias a sus propias redes. En los procesos Educativos y formativos se aprende cuando es significativo lo que se presenta, lo comparte con sus pares y logra enriquecerlo en las situaciones de su propia vida. San Juan Bosco buscaba a los jóvenes en sus ambientes existenciales como las calles, los bares, los lugares donde laboraban. Desde esa perspectiva es necesario entrar en redes sociales como tik tok, youtube o twitch donde los adolescentes y jóvenes transitan y residen.

Haciendo una analogía sobre la teoría de la narrativa transmedia en la vida de Don Bosco y en el posterior surgimiento de la Congregación Salesiana podemos afirmar que Juan Bosco utilizó un ecosistema de medios para comunicar su sistema educativo y evangelizador (Sistema Preventivo) partiendo de muchos medios: el teatro, las publicaciones editoriales, la música, etc y que a través de ellas han ido expandiendo en la

historia apropiándose de ella los jóvenes y en sus colaboradores y expandiendo a otros a través de sus testimonios bajo los diversos medios analógicos como digitales. Afianzar sistemáticamente esta narrativa puede convertirse en una oportunidad para formar a los jóvenes de manera eficaz siendo ellos participe del proceso comunicativo.

Referencias Bibliográficas.

- Albarello, F. (2013). Carlos Scolari. Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan. *Austral Comunicación.*, 247 -249.
- Álvarez Marinelli, H., Arias Ortiz, E., Bergamaschi, A., Lopez Sanchez, A., Noli, A., Ortiz Guerrero, M., . . . Viteri, A. (2020). Los sistemas educativos de América Latina y el Caribe ante COVID-19. *Banco Interamericano de Desarrollo - Sector Social División de Educación*, 6.
- Araya, V., Alfaro, M., & Andonegui, M. (2007). Constructivismo: orígenes y perspectivas. *Laurus*, 76-92.
- Ayala Perez, T. (2012). Marshall McLuhan, las redes sociales y la Aldea Global. *Revista Educación y Tecnología*, 8-20.
- Baca Feldman, C. (2011). De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y gemonía. Jesús Martín Barbero. *Razon y Palabra*, 1-20.
- Barbero, M. (1991). *De los medios a las mediaciones, Comunicación, cultura y hegemonía*. México: Gili.
- Biocca, F. (1995). Intelligence augmentation: the vision inside virtual reality. *Advances in psychology*, 59-75.
- Castells, M. (1999). La revolución de la tecnología de la información. *Siglo XXI*.
- Castells, M. (2001). *La galaxia internet*. Barcelona.: Areté.
- Czerski, P. (21 de Febrero de 2012). We, the Web Kids.
- Delors, J. (1996). *La educación encierra un tesoro*. Madrid: Santillana.
- Delval, J. (1997). Hoy todos son constructivistas. *Cuadernos de Pedagogía*, 257.
- Díaz, A. (2006). El enfoque de competencias en la educación. ¿Una alternativa o un disfraz de cambio? *Claves*, 7-36.
- Dicasterio para la Comunicación Social Salesiana. (2008). *Algunos elementos básicos para caminar juntos durante el sexenio 2008-2014*. Roma.
- Digital Bussines School. (11 de 08 de 2020). *Digital Bussines School*. Obtenido de <https://www.im.education/blog/redes-sociales-narrativas-transmedia/>
- Ecuador., I. N. (20 de 07 de 2019). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2019/201912_Principales_resultados_Multiproposito_TIC.pdf
- Espinar Ruiz, E., & Gonzalez Rio, M. (2009). Jóvenes en las redes sociales virtuales. Un análisis exploratorio de las diferencias de género. *Feminismos*, 87-106.
- Fernandez Massara, M. B. (2016). Mediaciones tecnoeducativas. Consideraciones teóricas a partir de la obra de Jesús Martín- Barbero. *Comunicación y sociedad*, 197-220.
- Ferres, J., & Piscitelli, A. (2012). La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Comunicar.*, 75-82.
- Gallego Torres, R. A. (2017). Antecedentes para el diseño de una estrategia didáctica y de comunicación para el e-learning. *Razón y Palabra*, 51-65.

- García Jiménez, A., López de Ayala, M. C., & García, B. C. (2013). Hábitos de uso en internet y en las redes sociales de los adolescentes españoles. *Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, 195-204.
- García Ruiz, R., Tirado Morueta, R., & Hernando Gómez, A. (2018). Redes sociales y estudiantes: motivos de uso y gratificaciones. Evidencias para el aprendizaje. *Aula Abierta*, 291-298.
- Guaña-Moya, J., Quinatoa Arequipa, E., & Larrea Torres, L. (2018). Estudio preliminar del uso de las redes sociales en los jóvenes Ecuatorianos. *Revista PUCE*, 223-234.
- Hermann, A., & Pérez Garcías, A. (2019). Narrativas digitales, relatos digitales y narrativas transmedia: revisión sistemática de literatura en educación en el contexto iberoamericano. *Espacios*, 1-13.
- http://www.vatican.va/content/benedict-xvi/es/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20130124_47th-world-communications-day.html. (2013). *Página oficial de la Santa Sede*. Obtenido de Vatican.va: www.vatican.va
- Jaeger, R. (1976). About Educational Indicators: Statistics on the conditions and Trends in Education. *Review of Research in Education*, 276-315.
- Lazo, G. y. (2016). *Comunicación digital: un modelo basado en el factor relacional*. Barcelona: Editorial UOC.
- Lemoine, J. (1996). *Memorias Bibliográficas de San Juan Bosco*. Madrid: Central Catequística Salesiana.
- López, S. (2014). Estrategias de enseñanza: hacia la narrativa digital transmedia en el aula virtual. Trabajo de Máster, UNED. Madrid. Recuperado de: <http://espacio.uned.es/fez/view/bibliuned:masterComEdred-Sregina>. 273.
- Marta Lazo, C., Gabelas Barroso, J. A., & Osuna Acevedo, S. (2016). *Comunicación digital: un modelo basado en el factor relacional*. Barcelona: UOC.
- Martínez, R., Trucco, D., & Palma, A. (2014). El analfabetismo funcional en América Latina y el Caribe: Panorama y principales desafíos de política. *Políticas sociales.*, 1-40.
- Mendes, G. (2018). *Salesianidad y Contemporaneidad*. Campo Grande: Universidad Católica Don Bosco.
- Mentinno. (2021). *Mentinno Innovation & lifetime value partners*. Obtenido de [formaciongerencial.com](https://www.mentinno.com/estadodigitalecuador/): <https://www.mentinno.com/estadodigitalecuador/>
- Miranda Galbe, J., & Figero, J. (2016). El Rol del prosumidor en la expansión de la narrativa transmedia de las historias de ficción en televisión: El caso de "el ministerio del tiempo". *Index Comunicación*, 115-134.
- Moreira, M. (2004). Máquinas que enseñan. Una revisión de los métodos de enseñanza-aprendizaje con ordenadores. *Bordón. Revista de pedagogía*, 483-491.
- Moreno, G., Martínez, R., Moreno, M., Fernández, M., & Guadalupe, S. (2017). Acercamiento a las teorías del aprendizaje en la educación superior. *Uniandes Episteme: Revista de ciencia, Tecnología e innovación*, 48-60.
- Regina López, S. (2014). *Estrategias de Enseñanza: Hacia la narrativa digital transmedia en el aula virtual*. Buenos Aires.: Universidad Nacional de Educación a distancia.
- Reig, D. (2012). *Socionomía*. Barcelona: Grupo Planeta.
- Reig, D., & Vilchez, L. (2013). *Los jóvenes en la era de la hiperconectividad: tendencias, claves y miradas*. Madrid: Fundación telefónica.

- Ruiz Corbella, M., & De Juanas Oliva, A. (2015). Redes sociales, identidad y adolescencia: nuevos retos educativos para la familia. *Estudios sobre educación*, 95-113.
- Scolari, C. (2013). *Hipermediaciones*. Gedisa.
- Scolari, C. (2013). *Narrativas Transmedias: Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.
- Sloep, P., & Berlanga, A. (2011). Redes de aprendizaje, aprendizaje en red. *Revista Científica de Educomunicación*, 55-64.
- Solorzano Martínez, F., & García Martínez, A. (2016). Fundamentos del aprendizaje en red desde el conectivismo y la teoría de la actividad. *Revista Cubana de Educación Superior*, 98-112.
- Valiente Moreno, F. (2011). Don Bosco y la comunicación educativa. *Educación y futuro*, 101-115.