



ESCUELA DE ARQUITECTURA, COMUNICACIONES Y
DISEÑO
UNIVERSIDAD DE VIÑA DEL MAR

LAS RUTAS DE ÑANCÚPEL: LEYENDAS DEL PIRATA DEL SUR

PROYECTO PARA OPTAR AL GRADO
DE MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN DIGITAL Y
TRANSMEDIA

Autora: Silvana Henríquez Perán
Tutora: Dra. Angélica Pacheco Díaz
Cotutor: Dr. Julio César Narváez
Cotutora: Mg. María José Alonso Pérez

Viña del Mar, enero de 2025

AGRADECIMIENTOS

Este proyecto no solo representa el cierre de una etapa académica, sino también la culminación de un sueño que, por las distancias y las circunstancias, parecía difícil de alcanzar.

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a mi familia y a mi compañero Claudio, quienes siempre me han brindado su apoyo incondicional en todo momento, especialmente en los momentos de flaqueza, su compañía me ha permitido seguir adelante con mis estudios, con mi trabajo, con los proyectos y con mi vida personas, llevándome hoy a alcanzar este logro.

Agradezco profundamente a la Universidad de Viña del Mar por hacer posible que personas como yo, viviendo en lugares extremos, como Aysén, tengamos la oportunidad de acceder a una educación de calidad. La tecnología y el empeño de todos los y las docentes han roto las brechas de la distancia, permitiéndonos soñar con un futuro mejor, especialmente a quienes residimos en territorios tan aislados y carentes de políticas públicas.

Un especial agradecimiento a mi tutora Angélica Pacheco Díaz, quien, con dedicación y paciencia, supo guiarme incluso cuando la distancia parecía ser un obstáculo. Su compromiso con la educación me motivó a superar las dificultades y a continuar esforzándome, aun cuando la vorágine de la vida nos consumía, ella siempre estuvo con la mejor disposición.

A mis compañeros y compañeras, especialmente a Óscar, Rodrigo y mi equipo Redentores, que desde la distancia se convirtieron en una red de apoyo, gracias por los momentos compartidos, los almuerzos, los desafíos que nos planteamos y el compañerismo sostenido a lo largo de esta travesía en busca de redentores.

Finalmente, dedico este logro a todas las personas que creen en el poder de la educación, especialmente en aquellas comunidades donde las oportunidades son escasas. Este proyecto es prueba de que, con esfuerzo, perseverancia y dedicación los sueños pueden materializarse, sin importar cuán lejos se encuentren.

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto *Las Rutas de Ñancúpel: Leyendas del Pirata del Sur* busca recuperar la memoria histórica de Aysén a través de una novela gráfica interactiva centrada en la figura de Ñancupel, un pirata legendario del sur de Chile. Esta iniciativa transmedia involucra elementos de historia local, folclore y tradiciones orales, con el fin de fortalecer la identidad cultural de la región y conectar a los jóvenes con su patrimonio. La obra se basa en la creación de una narrativa interactiva que permita a los usuarios participar activamente, explorando diferentes rutas y perspectivas de la historia del pirata.

El público objetivo se divide en dos grupos principales: jóvenes adultos de entre 18 y 24 años, interesados en experiencias digitales inmersivas y en redes sociales, y adultos jóvenes de 25 a 35 años, que buscan contenidos más reflexivos y educativos. Ambos grupos están interesados en la memoria cultural de la región y la tecnología, y buscan formas innovadoras de conectar con su historia.

El proyecto se enfrenta a desafíos como la saturación del mercado digital de entretenimiento, la competencia por financiamiento y la infraestructura tecnológica limitada en algunas zonas rurales de Aysén. No obstante, ofrece una oportunidad única debido al creciente interés por la preservación de la memoria histórica y el apoyo a proyectos culturales en la región, además de contar con el respaldo de instituciones culturales y educativas locales.

A través de este enfoque transmedia, el proyecto busca involucrar a las comunidades locales en la creación y difusión de la historia, lo que refuerza la conexión emocional con la región y fortalece su identidad cultural.

ÍNDICE

I Introducción	6
II Marco Teórico	9
2.1 Memoria	9
2.2 Identidad cultural	9
2.3 Relato Ficción	10
2.4 Cibercultura	11
2.5 Narrativas visuales	11
2.6 Narrativas transmedia	12
2.7 Storytelling	12
III Marco de Referencia	14
3. Persépolis	13
4. The Silent History	14
5. Academia Play	16
6. Experiencias Transmedia	16
7. Pueblo Fantasma	17
IV Diagnóstico	21
4.1 Análisis entorno	21
4.2 FODA	39
V. Proyecto Transmedia	48
6.1 Posicionamiento y estrategia.	48
6.2 Maquetas y piezas.	52
6.3 Presupuesto	69

6.4 Implementación y seguimiento	74
Bibliografía	75
Anexos	78

I. INTRODUCCIÓN

Ubicada en el sur de Chile, la región de Aysén es una de las zonas más remotas y menos pobladas del país, con una población aproximada de 107 mil habitantes distribuidos en una vasta extensión de más de 108.000 km². Su geografía, marcada por imponentes montañas, glaciares, fiordos y ríos, la convierte en un lugar de naturaleza salvaje y belleza incomparable, aunque también contribuye a su aislamiento. El 79,2% (INE, 2017) de su población se concentra en las ciudades Coyhaique y Puerto Aysén, mientras que el resto de los habitantes viven en pequeñas localidades rurales dispersas a lo largo de su territorio. Aysén está enmarcada por la Patagonia chilena, limitando al oeste con el océano Pacífico y al este con Argentina, lo que refuerza su condición de aislamiento y de difícil acceso, con una identidad profundamente vinculada a su entorno natural y geográfico.

Enclavada entre montañas, fiordos y ríos, ha forjado una identidad local profundamente marcada por su aislamiento geográfico y su historia de colonización tardía. El difícil acceso a esta región durante gran parte de su historia ha creado una comunidad resiliente, que ha desarrollado una fuerte conexión con el entorno natural y una memoria colectiva basada en el esfuerzo por habitar y adaptarse a un territorio agreste. La vida en Aysén está impregnada de historias de pioneros, pioneras y colonos que, enfrentando el aislamiento y la falta de infraestructura, lograron asentarse en pequeñas localidades dispersas, creando una cultura que valora la autosuficiencia, la solidaridad y el respeto por la naturaleza.

Este aislamiento no sólo ha contribuido a la construcción de una identidad propia, sino que ha reforzado un sentido de pertenencia único entre los habitantes de la región. La memoria local, transmitida de generación en generación, mantiene vivas las narrativas de lucha y supervivencia, así como el orgullo por ser parte de un lugar que, aunque remoto, es poseedor de una belleza natural incomparable. La historia local, desde los pueblos pre-existentes hasta la llegada de colonos, pasando por la creación de la Carretera Austral, se entrelaza con el sentido de comunidad y el compromiso de sus habitantes por preservar el carácter distintivo de Aysén, una región que respira naturaleza y arraigo profundo.

El aislamiento también tiene un impacto sociocultural, ya que dificulta la integración de Aysén

con el resto del país, limitando el acceso a eventos, actividades culturales, y nuevas tecnologías. La región enfrenta un reto en la creación de oportunidades para los jóvenes, quienes muchas veces emigran a otras zonas buscando mejores opciones laborales o educativas, contribuyendo a la despoblación rural. A su vez, las limitadas oportunidades para el intercambio social y cultural con el exterior refuerzan una sensación de aislamiento emocional y comunitario, lo que puede afectar la cohesión social y el sentido de pertenencia en algunas localidades.

Un claro ejemplo de esta brecha está en el desconocimiento y la escasa visibilización de personajes históricos de la región, como Pedro Ñancúpel, más conocido como el "Pirata Ñancúpel". De origen chilote y mapuche-huilliche, se hizo célebre a mediados del sigloXIX por sus incursiones piratas en las costas de Chiloé y Aysén. Según la leyenda, él y su tripulación, compuesta por aventureros y forajidos, desembarcaron en Melinka después de saquear numerosas embarcaciones que surcaban los canales patagónicos. La estratégica ubicaciónde Melinka, en el Archipiélago de las Guaitecas, la convirtió en el refugio perfecto para Ñancupel, quien utilizaba las islas y los fiordos circundantes como escondites naturales para evadir la captura.

Según relatos populares, la llegada de Ñancúpel a Melinka estuvo marcada por su intento de controlar el comercio marítimo de la región, especialmente el tráfico de bienes provenientes de la caza de lobos marinos y la pesca. Aunque no hay registros históricos oficiales que confirmen con exactitud todas sus acciones en Melinka, la figura de Ñancúpel ha quedado arraigada en la memoria local, alimentada por historias de tesoros escondidos en las islas cercanas y de la astucia del pirata para escapar de las autoridades. Su figura representa la mezcla de rebeldía y supervivencia en un territorio inhóspito, convirtiéndose en parte de la rica tradición oral y cultural del sur de Chile.

Entonces, el proyecto denominado “Las Rutas de Ñancúpel: Leyendas del Pirata del Sur” tiene como objetivo **crear una novela gráfica interactiva que rescate la memoria del pirata Ñancupel, involucrando a los jóvenes en la narrativa local fortaleciendo la identidad cultural de Aysén.** La obra integrará elementos de la historia regional, el folclore y la tradición oral, con el fin de conectar a las nuevas generaciones con su patrimonio y promover la preservación de la cultura local. Este enfoque fue testeado mediante una estadía corta que incluyó

la participación de audiencias interesadas en relatos históricos, quienes demostraron la necesidad de formar parte de iniciativas transmediales. Este proceso promueve la co-creación de historias que rinden homenaje a figuras que marcaron el territorio, generando un sentido de pertenencia colectiva.

Las comunidades que surgirán a partir de este proyecto evocarán no sólo las travesías del personaje a través de los canales y costas del sur de Chile, sino también los elementos míticos que rodean su figura, haciendo referencia a las rutas y escondites que alimentan su leyenda. Este enfoque resaltaré la profunda conexión de Ñancúpel con la cultura local y el misterio que lo rodea, despertando el interés de una audiencia juvenil. A través de la co-creación, se buscará rescatar su memoria y reforzar el sentido de identidad cultural de la región.

II. MARCO TEÓRICO

2.1 Memoria

La memoria se define como una construcción social y cultural que se relaciona íntimamente con la identidad de un grupo. Nora (2008) establece una clara distinción entre memoria e historia, señalando que la memoria está vinculada a experiencias individuales y colectivas vividas, que se transmiten a través de relatos y se materializan en lugares tangibles. Estos espacios se convierten en puntos focales de la identidad cultural y la narrativa histórica.

Por otro lado, la historia se considera una disciplina académica que busca ofrecer un relato objetivo y sistemático del pasado. Según Nora, la historia se encuentra reflejada en los "lugares de memoria", que son espacios, eventos o símbolos que evocan el pasado y contribuyen a la identidad cultural de un pueblo. En su obra *Les lieux de mémoire* (2009), enfatiza que la memoria desempeña un papel fundamental en la construcción del sentido de pertenencia y en la forma en que las sociedades se relacionan con su historia. Estos lugares no son meramente físicos; pueden incluir tradiciones, rituales y narrativas que poseen un valor significativo para el grupo.

Así, la memoria no es un fenómeno estático; evoluciona con el tiempo y se adapta a las circunstancias sociales y culturales cambiantes. Esto implica que las comunidades deben negociar constantemente cómo se recuerda y se representa su historia, lo que puede generar conflictos y tensiones.

De este modo, las instituciones culturales, como museos y centros comunitarios, juegan un papel crucial al facilitar estos encuentros y fomentar la co-creación de memoria, permitiendo que diversas voces y experiencias se integren en la narrativa colectiva. De esta manera, la memoria no sólo se recuerda, sino que también se vive y se actualiza, adaptándose a las realidades cambiantes de la comunidad (Nora, 2009).

2.2 Identidad Cultural

En conexión con la memoria, la identidad cultural es otro constructo social que se forma a partir de la interacción entre el individuo y su contexto sociocultural. Según Stuart Hall (1990), la

identidad no es un atributo fijo, sino un proceso en constante evolución, influenciado por factores históricos, políticos y sociales. Hall enfatiza que la identidad se construye a través de narrativas compartidas y experiencias vividas, y que cada individuo es parte de múltiples identidades que coexisten y se entrelazan, lo que refleja la complejidad de la experiencia humana.

Además, la identidad cultural puede ser un campo de resistencia ante las influencias globales. Homi K. Bhabha (1994) introduce el concepto de "hibridación", sugiriendo que las identidades no son rígidas, sino que surgen de la mezcla y el intercambio entre diversas culturas. Este enfoque permite entender cómo las comunidades pueden reclamar y redefinir su identidad en un mundo interconectado, al mismo tiempo que reconocen sus raíces culturales. La identidad, entonces, se convierte en un espacio de negociación donde se encuentran el pasado y el presente, lo que propicia tanto la afirmación cultural como el diálogo intercultural.

Asimismo, la Unesco reconoce que la identidad cultural es fundamental para el desarrollo humano y la cohesión social. En su Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural, (2021) establece que la diversidad cultural es patrimonio de la humanidad y se compara su importancia con la diversidad biológica.

2.3 Relato Ficción

De forma complementaria, el relato de ficción aporta una estructura que permite la representación y reflexión sobre la identidad cultural y la memoria. En su obra *Tiempo y narración*, Paul Ricoeur (1995) realiza un análisis exhaustivo de la interrelación entre el tiempo y la narrativa en la ficción. Además, sostiene que la narración no sólo organiza los eventos de una historia, sino que también tiene un papel crucial en la forma en que los seres humanos construyen y experimentan el tiempo. A través de su enfoque, distingue entre el tiempo cronológico y el tiempo narrativo, argumentando que los autores utilizan diversas estructuras temporales para enriquecer la experiencia del lector.

Por su parte, Mijaíl Bajtín, en su análisis de la literatura mediante su obra *La estética de la creación verbal* (1965), sostiene que los personajes van más allá de ser simples individuos, ya que pueden actuar como representantes de una comunidad, encapsulando sus luchas, aspiraciones y valores compartidos. Esto permite a la comunidad reflexionar sobre su identidad y experiencias colectivas,

lo que significa que las historias pueden ser utilizadas como herramientas para el cambio social y la construcción de identidades colectivas.

2.4 Cibercultura

En este sentido, la cibercultura amplifica la posibilidad de difusión y transformación de estos relatos y memorias en un contexto digital. La cibercultura se refiere a un nuevo entorno cultural emergente que surge a partir de la adopción generalizada de las tecnologías digitales y la interconexión global. Según Pierre Lévy (1999), esta cultura transforma la manera en que las personas producen, distribuyen y consumen información. En su análisis, destaca que este concepto no sólo cambia el acceso a la información, sino que también da lugar a nuevas formas de conocimiento y comunicación, donde los individuos se convierten en actores activos en la creación de contenido, participando en una inteligencia colectiva que redefine la relación entre el saber y el poder.

Rheingold (2002) complementa esta perspectiva al señalar que la cibercultura permite el desarrollo de comunidades virtuales, donde los individuos se conectan y colaboran a través de plataformas digitales. Pierre Lévy destaca además que estas comunidades permiten el intercambio de conocimientos y experiencias, trascendiendo limitaciones geográficas y culturales, y permitiendo la creación de un sentido de pertenencia y la construcción de identidades compartidas.

2.5 Narrativas Visuales

Dentro de este marco digital y transmedia, las narrativas visuales emergen como un recurso clave. Gabriela Raposo, en su ensayo *Narrativas de la imagen: Memoria, relato y fotografía* (2009), explora cómo las narrativas visuales no solo comunican información, sino que también crean conexiones emocionales y significados profundos. Destaca la importancia del contexto cultural y social en la interpretación de las imágenes, sugiriendo que estas pueden transformar la percepción del espectador.

Además, menciona que las narrativas visuales son fundamentales en los proyectos transmedia, donde se busca interactuar con el público de manera más significativa. En una línea similar, Santos Zunzunegui (1989) sostiene que la imagen se convierte en un texto visual que requiere una lectura

activa por parte del espectador, lo que implica que la interpretación puede variar dependiendo del contexto cultural y personal del espectador.

2.6 Narrativa Transmedia

Siguiendo esta lógica, la narrativa transmedia permite que las historias, ya sean visuales o textuales, se desarrollen en diferentes plataformas, lo que amplía su alcance y resonancia en la audiencia. La narrativa transmedia se refiere a la práctica de contar historias a través de múltiples plataformas, donde cada medio contribuye con contenido único que enriquece la experiencia del público. Según Jenkins (2006), “la narrativa transmedia es un proceso en el que las historias son fragmentadas a través de diversos medios, permitiendo que cada uno desarrolle su propia historia”. Esta estrategia, como señala Scolari (2009), maximiza la experiencia del público y permite la inmersión en la narrativa a través de diferentes soportes.

2.7 Storytelling

Finalmente, el storytelling actúa como una herramienta esencial que conecta estos elementos, utilizando técnicas narrativas para generar empatía y resonancia emocional con las audiencias. En *Storytelling: La máquina de fabricar historias y formatear las mentes*, Christian Salmon (2019), destaca el poder de las narrativas para influir en la percepción colectiva y conectar con las audiencias. Este enfoque enfatiza la capacidad del storytelling para generar conexiones significativas y duraderas, permitiendo que las personas se conviertan en coproductores de la historia a través de sus reacciones y participación en plataformas digitales.

En síntesis, en la cultura digital, activar a las comunidades tanto en espacios virtuales como presenciales requiere de una comunicación transmedia que conecte a los individuos en experiencias compartidas. Esta conexión permite que los elementos de memoria, identidad cultural y cibercultura se entrelacen, generando un sentido de pertenencia y participación activa en torno a relatos comunes.

III. MARCO DE REFERENCIA

"Las rutas de Ñancúpel: Leyendas del Pirata del Sur", se inscribe en un contexto más amplio de iniciativas culturales que buscan rescatar la memoria histórica y fortalecer la identidad local a través de narrativas interactivas.

Los proyectos que a continuación se anuncian, demuestran cómo la combinación de narrativa gráfica e interactividad pueden ser una herramienta poderosa para preservar y explorar la memoria histórica.

3.1 Persépolis

Es una novela gráfica autobiográfica de Marjane Satrapi que narra su infancia y adolescencia en Irán durante y después de la Revolución Islámica de 1979. A través de un estilo visual en blanco y negro, Satrapi presenta su experiencia personal en un contexto histórico complejo, explorando temas de identidad, cultura y resistencia. La obra destaca cómo la política y la guerra afectan la vida cotidiana y las relaciones familiares, convirtiéndose en un símbolo de la lucha por la libertad y la memoria colectiva.

Aunque Persépolis no es interactiva en sí misma, ha influido en el uso de elementos gráficos y narrativos en proyectos posteriores que buscan explorar la memoria histórica de manera inmersiva.

Imagen N°1 y N° 2 Persépolis



Fuente: Ilustraciones del libro Persépolis, ilustradora: Marjane Satrapi (1979).

Esta obra sirve como referencia para el proyecto debido a su enfoque en la narración gráfica de experiencias culturales y políticas. Al igual que Satrapi utiliza su historia personal para explorar la identidad y la memoria colectiva de Irán, el proyecto del Ñancúpel puede emplear una narrativa visual para rescatar la memoria histórica de la región de Aysén y su pirata legendario. Además, el estilo visual en blanco y negro puede inspirar el diseño artístico de la novela gráfica, capturando la esencia del paisaje y la cultura local.

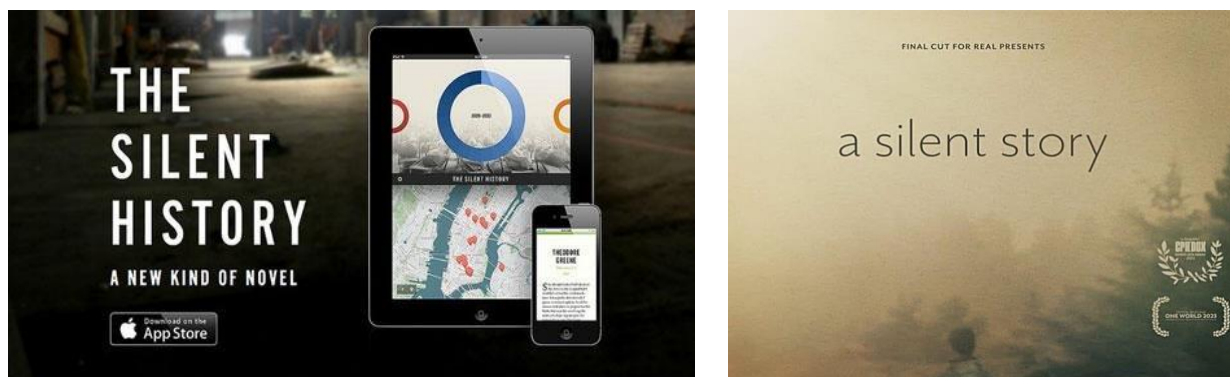
Esta obra ha tenido un impacto profundo al proporcionar una voz única que ilumina la vida en Irán y los desafíos que enfrentan las mujeres. Su combinación de arte gráfico y narrativa personal ha ayudado a transformar la percepción de la novela gráfica, convirtiéndola en una forma válida y poderosa de expresión literaria y social, lo que es esencial para fomentar la identidad cultural en el contexto del proyecto “Las Rutas de Ñancúpel: Leyendas del Pirata del Sur”.

3.2 The Silent History

Novela interactiva escrita por Eli Horowitz, Matthew Derby y Kevin Moffett, que explora la vida de una comunidad que enfrenta un fenómeno en el que algunos niños nacen sin la capacidad de hablar. Publicada en 2012, combina la narrativa tradicional con elementos digitales, permitiendo a los lectores interactuar con historias de personajes a través de entradas de diario y testimonios.

El formato interactivo permite a los usuarios y usuarias tomar decisiones que afectan su experiencia, generando una reflexión sobre la comunicación y la memoria colectiva. La obra ha sido elogiada por su enfoque innovador en la narración y la manera en que aborda temas de identidad y pertenencia.

Imagen N°1 y N°2 The Silent History



Fuente: The Silent History. (n.d.). *The Silent History*. <https://www.thesilenthistory.com>

Esta referencia se relaciona con el proyecto debido a que su enfoque innovador en la interactividad y la experiencia del usuario. La novela permite a los lectores tomar decisiones que influyen en la narrativa, creando un compromiso más profundo con la historia. Este modelo se puede adaptar a “Las Rutas del Ñancúpel: Leyendas del Pirata del Sur”, ofreciendo a las audiencias la oportunidad de explorar diferentes caminos en la vida del pirata, fomentando una conexión más personal con la memoria cultural local.

Además, el uso de testimonios y entradas de diario en "The Silent History" puede inspirar el diseño narrativo, integrando voces comunitarias en la experiencia del usuario para enriquecer la narrativa. Esto no sólo aumenta el sentido de pertenencia, sino que también hace que la historia sea más accesible y relevante para las nuevas generaciones.

3.3 Academia Play

Destaca por su enfoque en la narrativa visual para el aprendizaje, utilizando vídeos que combinan imágenes dinámicas, gráficos y explicaciones claras. Esta técnica narrativa no solo capta la atención del espectador, sino que también facilita la comprensión de conceptos complejos. La estructura de los contenidos permite una experiencia inmersiva, donde el usuario se siente parte de la historia, favoreciendo la retención de información.

Imagen N°1 y N°2 Academia Play



Fuente: Academia Play. (2015). YouTube. <https://www.youtube.com/@academiaplay>

Puede ser una referencia valiosa para el proyecto este proyecto, porque ofrece un modelo efectivo de narración visual y narrativa interactiva. Al incorporar elementos gráficos y una estructura narrativa atractiva, el proyecto puede atraer a un público de juventudes y fomentar su interés en lacultura local. Además, la metodología de enseñanza a través de la interacción permite transmitir la memoria e identidad cultural de una manera accesible y entretenida, facilitando el rescate de la memoria e identidad cultural y haciendo partícipe a las comunidades digitales.

3.4 Experiencias Transmedia

Noemí Lugo es una investigadora y docente mexicana, ha trabajado extensamente en el campo de las narrativas transmedia y su aplicación en contextos educativos. En su obra "De las narrativas transmedia al diseño de aprendizaje transmedia", Lugo explora cómo estas narrativas pueden ser utilizadas para enriquecer las experiencias de aprendizaje. Propone que el diseño transmedia no solo involucra múltiples plataformas, sino que también permite una mayor interactividad y participación por parte de los usuarios, lo que puede facilitar una comprensión más profunda de

los contenidos y fomentar el compromiso del público (Lugo, 2023).

En el contexto de aprendizaje transmedia, el proyecto de lectoría transmedia de *El Quijote de La Mancha* en establecimientos universitarios, Lugo ejemplifica cómo los estudiantes pueden interactuar con la obra a través de diversas plataformas. Esta metodología permite que el aprendizaje se extienda más allá de la lectura tradicional, fomentando la participación y la conexión con el contenido en múltiples formatos, enriqueciendo así la experiencia educativa y facilitando el desarrollo de competencias críticas en los estudiantes (Zona Docs., 2023).

Además, enfatiza la necesidad de que las narrativas transmedia sean accesibles y relevantes para diferentes audiencias; esto implica adaptar los contenidos y las plataformas utilizadas para llegar a un público más amplio, teniendo en cuenta las particularidades culturales y contextuales de cada grupo. Al hacerlo, se pueden construir comunidades virtuales más inclusivas que no sólo preserven, sino que también celebren la diversidad de experiencias y voces.

Lugo también sugiere que estas narrativas deben fomentar la co-creación y la participación activa de la audiencia, lo que se alinea con el objetivo de involucrar a las comunidades de juventudes en el rescate de la memoria cultural del proyecto de Ñancúpel. Esto se logra al permitir que los usuarios interactúen no sólo con la novela gráfica, sino también con otros elementos narrativos, como podcasts, videos o incluso plataformas de redes sociales donde puedan compartir sus propias interpretaciones y relatos relacionados con la figura del pirata y su historia en la región de Aysén.

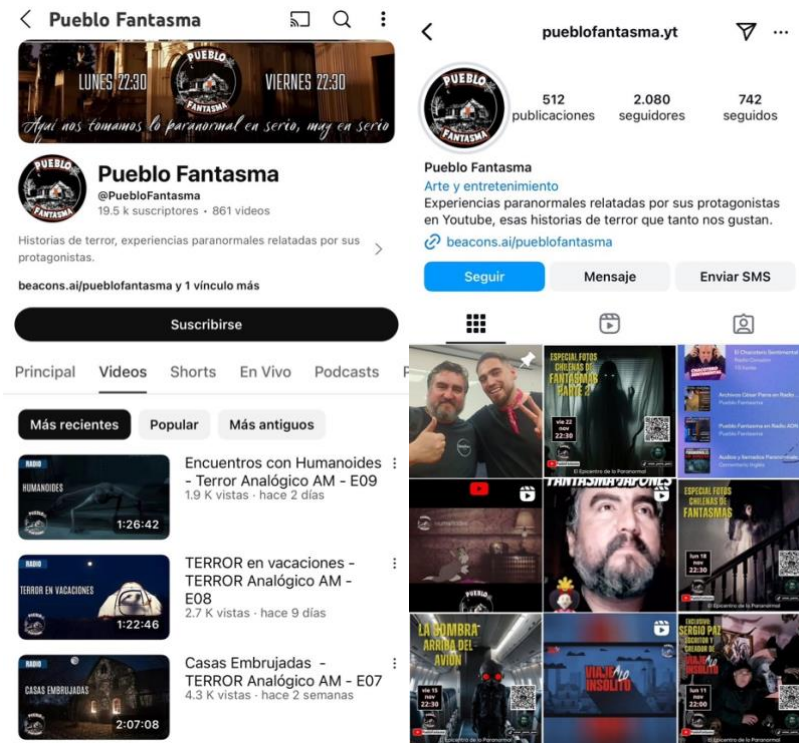
3.5 Pueblo Fantasma

César Parra es un autor chileno conocido por su trabajo en el ámbito de lo paranormal y su interés en la narración de historias de fantasmas. es conocido por su canal de YouTube "Pueblo Fantasma", creado el 20 de septiembre de 2017, donde comparte historias de experiencias paranormales y realiza "Ghost Tours".

A través de estas plataformas, busca conectar con su audiencia, invitando a los espectadores a participar y compartir sus propias historias. De manera similar, el proyecto "Las Rutas de Ñancúpel: Leyendas del Pirata del Sur", podría beneficiarse de una estrategia que fomente la

participación del público, ya sea a través de la recolección de leyendas locales o la interacción en plataformas digitales, además de rescatar la cultura de Aysén y sus icónicos personajes.

Imágenes N°1 y N°2 Canal de YouTube e Instagram



Fuente: Youtube e IG de Pueblo Fantasma.

Estas referencias ofrecen un marco sólido para estructurar el proyecto en torno a una narrativa gráfica e interactiva que no solo cuenta una historia, sino que también involucra activamente a la audiencia en la exploración y reconstrucción de la memoria cultural de Aysén. Al inspirarse en la combinación de formas narrativas tradicionales y digitales, el proyecto se posiciona como una propuesta innovadora que puede conectar de manera profunda a los usuarios con la figura mítica del pirata Ñancúpel y, en un sentido más amplio, con la historia y cultura de la región austral de Chile.

La influencia de *Persépolis* refuerza la importancia de la narrativa visual como medio para capturar y expresar la esencia de una cultura y un contexto histórico. Al igual que Satrapi utiliza el blanco y negro para reflejar la intensidad de su experiencia personal y colectiva, el proyecto de Ñancúpel podría adoptar un estilo visual que evoca la atmósfera y los paisajes de Aysén. Esto no solo enriquece la representación estética, sino que también permite un enfoque más inmersivo, donde los lectores pueden sentir la dureza y belleza del entorno del pirata, así como los matices de su vida en el sur de Chile.

Por otro lado, el modelo interactivo de *The Silent History* introduce la posibilidad de una narrativa no lineal en la que los usuarios pueden tomar decisiones que moldean su experiencia. Esta mecánica participativa podría trasladarse a esta iniciativa mediante la inclusión de caminos narrativos alternativos o puntos de interacción que permitan a los usuarios explorar diferentes facetas de la vida del pirata, como sus orígenes, motivaciones y conflictos. Así, cada usuario podría vivir una experiencia única, generando una conexión más personal y significativa con la historia y con el personaje de Ñancúpel.

La referencia a *Academia Play* destaca la relevancia de una estructura visual dinámica que facilita la comprensión y la retención de información cultural y educativa. Incorporar este tipo de narrativa permite que el proyecto sea accesible y atractivo para un público amplio, especialmente para jóvenes interesados en conocer su historia de manera entretenida. Además, al emplear un estilo gráfico sencillo pero envolvente, el proyecto puede fomentar el interés de los usuarios por investigar más sobre su propio patrimonio cultural, haciéndoles sentir parte activa de la preservación y promoción de su identidad.

A partir de las ideas de Noemí Lugo sobre experiencias transmedia, el proyecto tiene el potencial de expandir su alcance y ofrecer múltiples puntos de entrada a la historia de Ñancúpel a través de diferentes plataformas digitales. En lugar de limitarse a la novela gráfica, podría incluir podcasts, videos y contenidos en redes sociales que permitan a los usuarios interactuar con la historia desde diversos ángulos. Esto no solo enriquece la narrativa, sino que también facilita la participación de las comunidades, quienes pueden agregar sus propios relatos y versiones de la leyenda, transformando el proyecto en una experiencia viva y en constante evolución.

Finalmente, el enfoque de *Pueblo Fantasma* en la recopilación de historias locales y la creación de una comunidad de audiencia resalta el valor de la participación activa y la co-creación en la narrativa. Al permitir que los usuarios compartan sus propias historias o reinterpretaciones de la leyenda del pirata, el proyecto no solo rescata la memoria colectiva, sino que también fortalece los lazos comunitarios. Los usuarios se convierten en guardianes y promotores de su propia cultura, generando un sentido de pertenencia y orgullo que trasciende la simple lectura o interacción.

En conjunto, estas referencias refuerzan el enfoque de construir una narrativa visual e interactiva que invite a la audiencia a ser parte activa en el rescate de su cultura e identidad local. Este modelo participativo y transmedia no solo facilita la transmisión de la memoria histórica, sino que también promueve una apropiación cultural por parte de las nuevas generaciones, creando una comunidad de usuarios comprometidos con la preservación y celebración de la riqueza cultural de Aysén.

IV. DIAGNÓSTICO

4.1 Análisis del microentorno

Para analizar el microentorno del proyecto transmedia, se examinan los factores internos y externos (Porter, 2015) más cercanos que influyen directamente en su desarrollo y éxito, considerando aspectos como los proveedores, la competencia, los colaboradores, los clientes y el público objetivo, entre otros.

1. Público Objetivo

El público objetivo de este proyecto se divide en dos segmentos principales: jóvenes adultos de 18 a 24 años y de 25 a 35 años, todos con intereses en la memoria cultural del sur austral de Chile, tecnología y narrativas interactivas.

El grupo de 18 a 24 años, (Generación Z), compuesto en su mayoría por estudiantes y jóvenes profesionales residentes en ciudades como Coyhaique, Temuco, Valdivia y la región de Magallanes, valora especialmente la interacción en redes sociales y experiencias digitales visuales e inmersivas, como minijuegos y relatos en redes sociales. En tanto, el grupo de 25 a 35 años, (Millennials), integrado por jóvenes profesionales con un interés profundo en la preservación de la memoria cultural, utiliza plataformas digitales de manera más reflexiva, prefiriendo contenidos en formatos largos como podcasts y documentales interactivos. Ambos grupos comparten una conexión con la historia local y buscan experiencias innovadoras que integren el legado de la región de Aysén, adaptadas a sus niveles de familiaridad tecnológica y preferencias de participación cultural.

En conclusión, este proyecto transmedia responde a las expectativas de dos generaciones con enfoques complementarios hacia la memoria cultural del sur austral de Chile y el uso de tecnología. La **Generación Z**, conformada por estudiantes y jóvenes profesionales, encuentra en las experiencias visuales e inmersivas una forma de conectar con la historia local de manera rápida e interactiva, favoreciendo narrativas en redes sociales, juegos y otras formas de contenido dinámico. Por otro lado, los Millennials, jóvenes profesionales con un interés más reflexivo, valoran los formatos largos, como podcasts y documentales interactivos, que les permiten profundizar en el

legado cultural de la región de Aysén. Ambos grupos buscan experiencias digitales innovadoras que les permitan mantener viva su conexión con el territorio, adaptadas a sus distintos niveles de familiaridad tecnológica y preferencias de participación cultural.

2. Competencia

- **Proyectos de memoria histórica:** Existen iniciativas en Chile y otras regiones que buscan rescatar la historia y cultura local, como lo ha realizado el Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de Chile ha desarrollado diversos proyectos para promover la memoria histórica y el conocimiento de eventos significativos en el país, como se evidencia en su plataforma de *Proyectos de Memoria* (Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, s.f.). Aunque cada proyecto tiene su enfoque particular, pueden competir por el interés de un público similar y por fondos culturales.
- **Proyectos transmedia y de entretenimiento:** A nivel regional, la competencia incluye otros proyectos culturales y de entretenimiento, como el Museo Regional de Aysén, que tiene componentes análogos y digitales. La propuesta de Ñancúpel puede contribuir en este espacio, por su valor local, la inmersión narrativa y la innovación tecnológica para destacar entre otras propuestas transmedia.
- **Entretenimiento digital general:** Como proyecto transmedia, compite con otras opciones de entretenimiento digital (videojuegos, plataformas de streaming, apps de historias interactivas) que compiten por la atención de jóvenes adultos. Como el caso de Academia Play.

3. Colaboradores y socios

- **Instituciones culturales y educativas:** Colaborar con universidades, museos y centros culturales, puede ampliar el alcance del proyecto. Estas instituciones, como la Universidad Austral de Chile, el Museo Regional de Aysén y la Corporación Cultural Municipal, pueden ayudar a promover la historia de este pirata como una experiencia educativa que fomenta la identidad local.

- **Municipalidades y oficinas de turismo:** Las alianzas con gobiernos locales y oficinas de turismo en Aysén pueden ser estratégicas para promocionar el proyecto a visitantes y residentes, integrándolo en rutas turísticas o eventos regionales.
- **Editoriales regionales:** Ñire Negro, editorial regional de Aysén, podría ser un valioso colaborador para este proyecto transmedia, debido a su enfoque en la identidad cultural y las historias de la región. Las colaboraciones podrían concretarse mediante la publicación, en la integración de narrativas locales, en la promoción y visibilidad, así como también en la relación con las comunidades de juventudes mediante la creación de talleres y eventos culturales.

4. Relación con el público y la comunidad

- **Vínculos con la comunidad de Aysén:** El proyecto tiene la oportunidad de involucrar a la comunidad local en la creación y difusión de la narrativa, incluyendo actividades de co-creación de contenido con narradores locales, o eventos en la región que refuercen el sentido de pertenencia.
- **Crecimiento de la comunidad digital:** A través de plataformas en línea, redes sociales, el proyecto puede desarrollar una comunidad digital activa, generando interacciones y compartiendo historias locales, fomentando el compromiso de los usuarios y la viralización del proyecto.

5. Imagen de marca y posicionamiento

- **Posicionamiento cultural y educativo:** Para destacarse, debe establecerse como un proyecto pionero e innovador que valora la identidad y cultura local; lo que implica un esfuerzo constante para promover su relevancia histórica y educativa, lo cual puede atraer tanto a un público local como a turistas interesados en aprender sobre la región de Aysén.
- **Identidad visual y narrativa:** La narrativa del proyecto debe reflejar autenticidad y pertenencia, creando una imagen sólida que resuene emocionalmente con el público. Esto puede lograrse mediante una estética y tono narrativo que evoquen la mística del personaje y la región.

Este análisis del microentorno del proyecto pone en relieve la necesidad de establecer alianzas estratégicas con diversas partes interesadas clave, como instituciones culturales, proveedores tecnológicos y la comunidad local, como la Universidad Austral de Chile, el Museo Regional de Aysén, Corporación Cultural Municipal de Coyhaique, la Editorial Ñire Negro, entre otros. Estas relaciones no solo proporcionan el respaldo necesario para la sostenibilidad del proyecto, sino que también permiten crear una narrativa más rica y auténtica, profundamente vinculada con la identidad local. Las instituciones culturales, como museos, centros comunitarios y universidades, pueden facilitar el acceso a conocimientos históricos y facilitar el reconocimiento del proyecto dentro de un contexto cultural más amplio. Además, la comunidad local, al participar activamente en la creación y difusión del proyecto, asegura su relevancia y pertinencia para las audiencias de la región de Aysén.

En paralelo, los proveedores tecnológicos juegan un rol esencial en la viabilidad técnica del proyecto, especialmente en el ámbito transmedia, donde la experiencia interactiva y la disponibilidad en plataformas digitales son aspectos fundamentales. Una colaboración eficaz con empresas tecnológicas permitiría una experiencia fluida y accesible para el público, maximizando la interacción y la inmersión en la narrativa.

Sin embargo, el proyecto también debe enfrentarse al reto de competir en un mercado de entretenimiento digital saturado, debido a la creciente oferta de contenidos interactivos y transmedia hace que la diferenciación sea esencial. Aquí es donde entra la importancia de presentar una propuesta cultural única, teniendo la oportunidad de destacar al resaltar la riqueza histórica y cultural de Aysén, un territorio con una identidad propia y muchas historias por contar.

La autenticidad será un factor determinante para el éxito del proyecto, es por ello que la narrativa debe presentarse de manera fiel a las tradiciones orales y la historia de la región; además la interacción continua con el público a través de diferentes plataformas, desde aplicaciones móviles hasta redes sociales y eventos presenciales, lo que será clave para fomentar la participación activa.

Finalmente, el éxito del proyecto dependerá de cómo logre posicionarse en un mercado cultural altamente competitivo y en constante evolución. Para la región de Aysén, resulta especialmente relevante que una iniciativa de este tipo promueva su identidad local, fortaleciendo el sentido de pertenencia y conexión histórica de los habitantes del sur austral de Chile. La capacidad del

proyecto para adaptarse a las nuevas demandas del público digital y para renovar constantemente su oferta cultural será clave para mantener su relevancia y visibilidad en el tiempo, convirtiéndose en un referente de la memoria cultural de Aysén y en una herramienta de difusión de su legado.

4.2 Análisis del macroentorno

1. Entorno Político

- **Políticas culturales y de fomento:** El apoyo a proyectos culturales en la Región de Aysén ha sido una prioridad en los últimos años, con el propósito de fomentar la cultura local y promover iniciativas que rescaten el patrimonio histórico de la zona (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, 2023). Recientemente, los Fondos de Cultura han alcanzado un hito al entregar **\$477.389.400**, la cifra más alta de recursos que han destinado a la Región de Aysén, lo cual representa un **30% más que en 2022** y el aumento de recursos más significativo en 30 años. Este esfuerzo de inversión pública representa una oportunidad única para revitalizar y visibilizar el talento y la diversidad cultural que caracteriza al sur de Chile, ofreciendo nuevas plataformas para que sus habitantes se expresen y conecten a través del arte. La entrega de estos recursos contribuye directamente a la preservación de las tradiciones, a la creación de contenidos culturales de calidad y a la integración de tecnologías digitales en proyectos artísticos, fortaleciendo así el sentido de pertenencia y la conexión histórica en la comunidad.
- **Apoyo regional:** En territorios como Aysén, donde se busca promover la identidad local, la colaboración con instituciones locales podría fortalecer el proyecto, ya sean instituciones de educación superior o entidades culturales. El Gobierno Regional de Aysén ofrece financiamiento a través del Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR), específicamente en su línea del 8% orientada a proyectos de vinculación con la comunidad. Este fondo está diseñado para apoyar iniciativas de entidades privadas sin fines de lucro, municipalidades y otras organizaciones públicas que busquen impulsar proyectos en áreas como la cultura, el deporte, la seguridad y la cohesión social, con un valor cercano a los \$350 millones de pesos.

2. Entorno Económico

- **Financiamiento y fondos:** La disponibilidad de fondos públicos o privados para proyectos culturales en Chile es esencial. La competencia por financiamiento es alta, por lo que contar con un proyecto innovador y bien estructurado resulta crítico.
- **Economía local y turismo:** El crecimiento del turismo en zonas de Aysén representa una oportunidad para el proyecto, ya que la narrativa puede captar la atención de turistas interesados en la historia y la cultura local.
- **Poder adquisitivo:** De acuerdo a la segmentación del público objetivo, es importante considerar su capacidad de gasto. Una audiencia local podría requerir precios accesibles, mientras que un público turístico o extranjero podría tener mayor disposición a pagar.

3. Entorno Social

- **Interés en la memoria histórica y la identidad:** Existe un creciente interés en rescatar la identidad y memoria histórica, lo que puede ser un factor positivo. La historia del pirata Ñancúpel puede atraer a públicos interesados en explorar la cultura y los relatos patrimoniales.
- **Preferencias de entretenimiento:** La tendencia hacia las experiencias inmersivas, interactivas y digitales puede hacer que el proyecto se alinee con las expectativas de las generaciones más jóvenes y de los turistas.
- **Educación y alfabetización digital:** La familiaridad del público objetivo con plataformas digitales será fundamental, especialmente en una narrativa transmedia. Esto puede variar dependiendo de las edades y niveles educativos de la audiencia.

4. Entorno Tecnológico

- **Acceso a tecnologías digitales:** La brecha digital entre la Región Metropolitana y Aysén refleja importantes disparidades en el acceso a las tecnologías digitales. Según el estudio sobre la brecha digital regional, la Región Metropolitana goza de una infraestructura robusta de conectividad y un acceso más amplio a servicios digitales. Esto se traduce en un mayor acceso a internet de alta velocidad y a una mayor cantidad de programas educativos y formativos en tecnología, lo que favorece a sus habitantes y

empresas en su participación en la economía digital (Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones, 2023). En contraste, Aysén enfrenta desafíos significativos en términos de cobertura, especialmente en zonas rurales, donde el acceso a internet sigue siendo limitado, afectando tanto a la educación como a las oportunidades laborales, experimentando conexiones de menor calidad y una menor oferta de proveedores de servicios (Brecha Digital Regional, 2024). Este desajuste en la conectividad impacta la alfabetización digital en Aysén, ya que muchas personas carecen de las herramientas necesarias para navegar eficientemente en el entorno digital, lo que aumenta la desigualdad entre las regiones más urbanizadas y las más remotas del país.

- **Avances en narrativas transmedia:** La evolución de tecnologías y plataformas de realidad aumentada y virtual, así como apps de geolocalización, pueden ser aprovechadas para enriquecer la experiencia del usuario en la narrativa de Ñancúpel.
- **Adaptabilidad de plataformas:** La posibilidad de distribuir contenido en múltiples formatos (video, redes sociales, apps) y el crecimiento de plataformas accesibles permiten implementar proyectos transmedia de manera eficiente.

5. Entorno Ecológico

- **Valoración de los recursos naturales:** La conexión de la historia de Ñancúpel con el mar y los paisajes de Aysén puede ayudar a fomentar el respeto por los recursos naturales y el entorno de la región, lo cual podría ser un punto de conexión emocional con el público.

6. Entorno Legal

- **Derechos de propiedad intelectual:** Es importante asegurarse de que todos los elementos narrativos y visuales cumplan con la legislación de derechos de autor y uso de propiedad intelectual.
- **Normativas de turismo y patrimonio:** En el caso de incluir experiencias presenciales, es importante considerar las normativas de turismo y protección de patrimonio cultural en Chile. Esto es relevante si se planean actividades en espacios naturales o áreas protegidas.
- **Regulaciones digitales y de privacidad:** La recopilación y manejo de datos personales (por ejemplo, a través de apps) debe cumplir con las normativas de privacidad vigentes en Chile.

5. Análisis de audiencias

1. Jóvenes Adultos (18-24 años)

- **Ubicación:** Principalmente en ciudades del sur austral, como Coyhaique, Temuco, Valdivia y la región de Magallanes.
- **Ocupación:** Estudiantes universitarios o jóvenes que inician su vida laboral, especialmente en carreras de humanidades, comunicaciones y tecnología.
- **Conductas:**
 - **Uso de redes sociales:** En Chile, el uso de redes sociales ha experimentado un crecimiento constante en los últimos años, posicionándose como una herramienta clave tanto para la comunicación personal como para el ámbito profesional y comercial. Según datos recientes, más del 90% de los internautas chilenos utilizan redes sociales, con una alta concentración en plataformas como **Facebook, Instagram, y WhatsApp** (Statista, 2023). Este fenómeno ha transformado la manera en que los chilenos interactúan con marcas y otros usuarios, destacando la relevancia de estas plataformas en la estrategia de comunicación y marketing digital.
 - **Experiencia en narrativas transmedia:** Este grupo tiene una familiaridad media a alta con contenidos transmedia, participando frecuentemente en aplicaciones, minijuegos y contenido visual interactivo. Según un informe del Instituto Nacional de la Juventud (INJUV), 8 de cada 10 jóvenes en Chile ha jugado o visto juegos online en algún momento de su vida, lo que refleja la profunda penetración de los videojuegos en la vida cotidiana de este grupo etario (INJUV, 2023). Este fenómeno es más pronunciado entre los jóvenes de 18 a 29 años, quienes dedican horas significativas a los juegos digitales, especialmente a los juegos multijugador y de estrategias en línea. Este comportamiento no solo evidencia una preferencia por el entretenimiento interactivo, sino también una tendencia a socializar y conectarse a través de plataformas digitales, lo que refuerza la importancia de los videojuegos como un medio cultural y de comunicación para las nuevas generaciones.
 - **Interacción en línea:** Prefieren el consumo de contenidos que fomenten una participación activa y directa. Tienen un fuerte interés en comunidades digitales donde pueden colaborar, compartir y comentar sobre el contenido cultural. Las horas de juego, en promedio, suelen

superar las 3 horas diarias, convirtiéndose en una actividad clave para la interacción social y la expresión digital de los jóvenes (INJUV, 2023).

- **Intereses:**

- **Cultura y patrimonio local:** Los jóvenes en este rango se sienten atraídos por temas de historia regional y leyendas locales, como una forma de conectarse con su entorno. En los jóvenes ha habido un creciente interés por los videojuegos, no solo como ocio, sino también como una forma de conexión cultural, especialmente al integrar temáticas locales y regionales en los juegos. Por ejemplo, títulos como *Age of Empires 3* han incorporado eventos históricos de Chile, mientras que desarrolladores locales están explorando historias de la cultura chilena a través de plataformas como Steam, lo que aumenta el sentido de pertenencia entre los jóvenes y su cultura (BioBioChile, 2024).
- **Innovación tecnológica:** Están muy abiertos a nuevas experiencias tecnológicas, como videojuegos y aplicaciones móviles interactivas. Según datos de INJUV, en Chile, la industria de los videojuegos ha experimentado un auge, especialmente entre los jóvenes, quienes están cada vez más interesados en las experiencias digitales interactivas. Según datos recientes, más del 80% de los jóvenes ha jugado o visto juegos online en algún momento, con muchos de ellos dedicando un tiempo significativo a este tipo de entretenimiento (INJUV, 2023).
- **Experiencias inmersivas:** Tienen preferencia por narrativas que combinan elementos de gamificación o realidad aumentada, lo que facilita un aprendizaje más lúdico y participativo.

- **Características digitales:**

- Uso frecuente de dispositivos móviles para interactuar en redes sociales como Instagram y TikTok, donde siguen y comparten contenido de narrativa y cultura local.
- Alta capacidad para participar en experiencias interactivas desde plataformas digitales, prefiriendo aquellas que facilitan la inmediatez y el uso de medios audiovisuales.
- Interacción en comunidades en línea de forma más visual e instantánea, con una afinidad especial por contenido dinámico y experiencias visuales en 3D o realidad aumentada.

2. Adultos Jóvenes (25-35 años)

- **Ubicación:** Mayor concentración en Coyhaique, Temuco, Valdivia y la región de Magallanes, con algunos residentes en zonas rurales cercanas.
- **Ocupación:** Profesionales jóvenes, principalmente en sectores culturales, educativos y tecnológicos, o quienes apoyan proyectos de desarrollo regional.
- **Conductas:**
 - **Uso de Plataformas Digitales:** Utilizan tanto redes sociales como plataformas profesionales (por ejemplo, LinkedIn y YouTube) para consumir y compartir contenido relevante para sus intereses profesionales y culturales.
 - **Consumo de Narrativas en Formato Largo:** Este segmento prefiere contenidos profundos y detallados, como podcasts y documentales interactivos que ofrezcan un análisis y una inmersión cultural significativa. Por ejemplo, en Chile, los podcasts se han consolidado como una forma popular de consumo de contenidos largos, particularmente desde el auge de las plataformas de streaming. Este formato ha ganado relevancia, especialmente después de la pandemia, cuando muchas personas buscaron nuevas formas de entretenimiento e información en un contexto de confinamiento. Según un análisis de Infobae (2024), el podcast se destaca por su intimidad y la posibilidad de consumirlo de manera flexible, lo que lo hace especialmente atractivo para quienes buscan una experiencia más profunda e inmersiva (Infobae, 2024).
 - **Participación en Proyectos Culturales:** Se muestran dispuestos a participar y colaborar activamente en proyectos de preservación cultural, lo que implica una disposición a co-crear o aportar al contenido en el proyecto.
- **Intereses:**
 - **Preservación de la identidad cultural:** Se interesan profundamente en la memoria y el patrimonio local, viendo el proyecto como una oportunidad para fortalecer el sentido de pertenencia en sus comunidades.

- **Tecnología y narrativa visual:** Este grupo aprecia la integración de la tecnología como herramienta para la preservación cultural, interesándose en proyectos transmedia que utilicen elementos visuales y narrativos de alta calidad.
 - **Enfoque educativo y reflexivo:** Además de consumir contenido, este grupo también busca aprender y reflexionar, y valora las experiencias que ofrezcan un enfoque crítico sobre la historia y el estigma en la construcción de figuras históricas.
- **Características digitales:**
 - **Uso integrado de dispositivos móviles y ordenadores** para acceso a plataformas como YouTube y LinkedIn, donde buscan contenido relevante para su desarrollo profesional y cultural.
 - Tendencia a profundizar en temas culturales y patrimoniales a través de herramientas digitales de consulta y discusión, como foros, blogs y eventos en línea.
 - Mayor enfoque en el uso de tecnologías que les permitan la creación o colaboración en proyectos digitales (como redes de comunidades locales), prefiriendo contenido de calidad y profundidad que enriquezca su conocimiento y participación en temas regionales.

3. Segmentación de usuarios:

Generación Z (nacidos entre 1997 y 2012)

- **Características:** Son nativos digitales, se sienten cómodos con la tecnología y prefieren el contenido interactivo y visual. Están acostumbrados a experiencias rápidas y personalizadas.
- **Intereses:** Tienden a interesarse por las causas sociales y el impacto cultural. Les atrae el contenido que les permite expresar su identidad y que sea compartible en redes sociales.
- **Formatos preferidos:** Videos cortos (YouTube, TikTok), aplicaciones móviles, contenido interactivo en redes sociales, juegos digitales.
- **Enfoque para el proyecto Ñancúpel:** Desarrollar una narrativa que invite a la participación activa, como desafíos en redes sociales, micro-videos históricos en TikTok, o una app que permita "explorar" la historia de Ñancúpel mediante formatos cortos e interactivos.

En síntesis, la Generación Z, es una de las más marcadas por su relación con la tecnología. Son considerados nativos digitales, lo que significa que se sienten cómodos con la tecnología y prefieren experiencias interactivas y visuales (Prensky, 2001).

Este grupo se ha adaptado rápidamente a plataformas como YouTube y TikTok, donde consumen videos cortos y contenido dinámico que responda a su necesidad de inmediatez y personalización (Williams, 2022). Además, están profundamente interesados en causas sociales y temas de impacto cultural, buscando activamente formas de expresar su identidad a través de contenidos que puedan compartir en redes sociales (Smith, 2023).

Millennials (nacidos entre 1981 y 1996)

- **Características:** Son altamente adaptados a la tecnología, pero también valoran las experiencias que aportan aprendizaje y desarrollo personal. Prefieren contenido cultural y educativo.
- **Intereses:** Buscan experiencias de inmersión, significado, y conexión con la cultura e identidad. Valoran el acceso a información en varios formatos y les interesa la autenticidad.
- **Formatos preferidos:** Series de contenido en redes sociales, podcasts, narrativas interactivas en plataformas de streaming, apps de historia y cultura, experiencias transmedia.
- **Enfoque para el proyecto Ñancúpel:** Ofrecer una narrativa profunda y estructurada, como una serie de videos documentales o un podcast que explore la historia del pirata Ñancúpel. Además, una app que permita explorar mapas históricos o participar en una narrativa transmedia podría resonar con ellos.

Los Millennials, son una generación que ha vivido la transición de la era analógica a la digital, por lo que son altamente adaptados a la tecnología, pero al mismo tiempo valoran experiencias que ofrezcan aprendizaje y desarrollo personal. A diferencia de las generaciones anteriores, buscan contenidos que no solo sean entretenidos, sino también educativos y culturales, y prefieren narrativas que les permitan una inmersión significativa en temas que conecten con su identidad y su contexto cultural (Smith, 2021).

Este grupo se interesa particularmente por la autenticidad en los contenidos, prefiriendo aquellos que les ofrecen una conexión genuina con la historia, la cultura y el patrimonio. La variedad en los formatos es importante para ellos, ya que buscan acceder a información en múltiples plataformas, lo que incluye series en redes sociales, podcasts y narrativas interactivas, especialmente en plataformas de streaming que ofrecen experiencias transmedia (Williams, 2022).

4. Tipología de usuarios en Instagram y Tik Tok:

El segmento de jóvenes adultos de 18 a 24 años muestra un alto nivel de actividad en redes visuales como Instagram y TikTok. En Instagram, estos usuarios tienden a consumir y compartir contenido cultural y visual de corta duración, valorando el contenido atractivo y relacionado con temas locales. En TikTok, interactúan mediante tendencias de videos breves y altamente dinámicos, lo cual les permite expresar su identidad y explorar la cultura local de manera lúdica y accesible. Su participación es frecuente y centrada en "likes", comentarios y la creación de contenido original sobre temas de identidad y cultura regional.

Los adultos jóvenes de 25 a 35 años también están presentes en estas redes, pero en menor medida en TikTok. Prefieren Instagram para seguir contenido cultural y profesional, participando principalmente con "me gusta", guardados y ocasionalmente compartiendo contenido que profundice en el patrimonio cultural y la historia local.

Según un informe de Statista (2023), Instagram es la red social preferida por los Millennials para seguir contenido de creadores, especialmente en áreas como entretenimiento y cultura. Además, Infobae (2024) destaca que aunque TikTok sigue siendo popular entre los más jóvenes, su uso disminuye en este grupo etario en comparación con Instagram.

5. Intereses en consumo de contenido en YouTube

Los usuarios de 25 a 35 años son más propensos a consumir contenido en formatos largos en plataformas como YouTube, valorando videos documentales, podcasts y materiales educativos sobre historia y cultura. Están interesados en contenidos profundos que exploren críticamente el patrimonio cultural y que proporcionen análisis sobre figuras históricas, como la leyenda del pirata

Ñancúpel. La audiencia busca experiencias que no solo informen, sino que también generen reflexión y promuevan la identidad cultural.

5.1 Arquetipos

Por otra parte, el uso de los arquetipos de Jung para segmentar a las audiencias del proyecto “*Las rutas de Ñancúpel: leyendas del pirata del sur*”, permitirá una aproximación más emocional y significativa hacia las motivaciones y deseos de los distintos grupos. Los arquetipos del Explorador, Héroe, Sabio e inocente ofrecen una base sólida para diseñar contenidos que se alineen con las dimensiones culturales e históricas de Aysén. Según Jung (1964), estos arquetipos representan patrones universales presentes en el inconsciente colectivo, lo que permite conectar con el público a un nivel profundo. Al integrar estos arquetipos en la creación del proyecto, se logrará ofrecer una experiencia transmedia que conecte de manera auténtica con diversos públicos, fomentando un compromiso más profundo con la propuesta cultural y fortaleciendo la identidad local.

1. El Explorador

- **Características principales:** El Explorador busca la aventura, el descubrimiento y la autenticidad. Es un (a) joven que quiere ir más allá de lo convencional, buscando experiencias nuevas y enriquecedoras. Este arquetipo se siente atraído por la historia local y la posibilidad de explorar a través de una narrativa interactiva que le permita conectar con su identidad cultural.
- **Motivaciones:** La necesidad de libertad, el deseo de vivir experiencias únicas y la curiosidad intelectual sobre la historia de su entorno.
- **Comportamiento:** Se involucra activamente en experiencias interactivas, consume contenido digital en diversas plataformas y busca una conexión emocional profunda con lo que consume. Es probable que participe en la creación de contenido dentro de la experiencia transmedia, buscando explorar más allá de lo que se ofrece.
- **Cómo interactuar con ellos:** Ofrecerles experiencias inmersivas que les permitan ser parte de la historia, explorando diferentes facetas de la cultura local. El uso de tecnología interactiva, como aplicaciones móviles o juegos de realidad aumentada, sería crucial.

2. El Héroe

- **Características principales:** El Héroe busca superar desafíos y contribuir al bien común. Este arquetipo se siente motivado por causas mayores y tiene una fuerte conexión con los valores de su comunidad. En el contexto del proyecto *Ñancúpel*, el Héroe se interesa por la historia de su región y la figura de este pirata como un símbolo de resistencia y superación.
- **Motivaciones:** El deseo de cambiar el mundo, la necesidad de justicia y el impulso de fortalecer los lazos comunitarios.
- **Comportamiento:** Participa activamente en el proyecto, especialmente en la parte educativa o en la promoción de la memoria histórica. Puede sentir una fuerte conexión emocional con la historia y los valores representados por *Ñancúpel*, viéndolo como un líder que defiende las tradiciones de su gente.
- **Cómo interactuar con ellos:** Involucrarlos en el proceso de preservación cultural y el rescate de la memoria histórica. La narrativa debe resaltar temas de valentía, justicia y lucha por lo que es correcto, lo que puede motivarlos a tomar un papel activo en el proyecto.

3. El Sabio

- **Características principales:** El Sabio es un arquetipo asociado al conocimiento, la reflexión y el análisis profundo. Este grupo está compuesto por personas interesadas en explorar los aspectos intelectuales de la historia de *Ñancúpel*, buscando un entendimiento más profundo sobre las leyendas y los contextos históricos que rodean al pirata.
- **Motivaciones:** El deseo de entender, el interés por el conocimiento y la búsqueda de la verdad.
- **Comportamiento:** Se involucra en el proyecto desde una perspectiva más intelectual, buscando aprender sobre la historia de la región, la figura de *Ñancúpel* y los aspectos culturales que se reflejan en el proyecto. Prefiere contenidos que le proporcionen una comprensión más profunda de la cultura y la historia local.
- **Cómo interactuar con ellos:** Ofrecerles contenido educativo e histórico detallado, como narrativas en profundidad sobre la figura de *Ñancúpel* y su contexto. Los recursos como documentales interactivos, textos complementarios y podcasts pueden ser herramientas efectivas.

4. El Inocente

- **Características principales:** Este arquetipo busca la simplicidad, la pureza y el optimismo. La audiencia representada por el Inocente podría ser más joven o aquellos que se sienten atraídos por historias que evocan la nostalgia, la fantasía o la conexión con lo natural y lo auténtico. Atraídos por la magia de las leyendas, estos usuarios pueden ver el proyecto como una oportunidad para sumergirse en una historia cargada de misterio y magia.
- **Motivaciones:** La búsqueda de la belleza, el deseo de experimentar lo positivo y la aspiración a un mundo mejor.
- **Comportamiento:** Prefiere experiencias ligeras y encantadoras, con un enfoque en la simplicidad y la conexión emocional. Les atrae la parte de la historia que involucra aventuras y leyendas, y se sienten cómodos con un enfoque más divertido o fantástico.
- **Cómo interactuar con ellos:** Ofrecer una experiencia que resalte los aspectos mágicos de la leyenda de Ñancúpel, con elementos visuales atractivos, narrativas épicas y momentos emocionantes que inviten a la fantasía y la aventura.

Imágenes N° 1 y N°2 de referencia arquetipos:



5.2 Descripción de estadía corta

1. Muestra representativa de la audiencia objetiva

Para analizar la percepción y receptividad del proyecto transmedia “*Las rutas de Ñancúpel: Leyendas del pirata del sur*”, se definió una muestra representativa de la audiencia objetivo, compuesta por usuarios que representan los cuatro arquetipos de Jung (1964) presentes en el

análisis de audiencias: el *Explorador*, el *Sabio*, el *Inocente* y el *Héroe*, quienes reflejan a jóvenes adultos interesados en experiencias interactivas y a profesionales de mediana edad comprometidos con la preservación cultural.

2. Objetivo del sondeo

El objetivo principal de esta estadía corta¹ es identificar las percepciones, intereses y expectativas de los usuarios potenciales del proyecto, para orientar el diseño y contenido hacia sus necesidades y motivaciones.

Las entrevistas en profundidad se enfocaron en explorar la receptividad hacia una narrativa transmedia histórica y en captar las principales expectativas respecto a autenticidad, interactividad y valor educativo.

3. Descripción de la muestra e instrumento usado

La muestra estuvo compuesta por 12 participantes, divididos en cuatro grupos representativos de los arquetipos mencionados:

- **Exploradores (4 participantes):** Jóvenes adultos de 18 a 25 años, en su mayoría estudiantes universitarios de disciplinas culturales y sociales, residentes en el sur de Chile.
- **Sabios (4 participantes):** Profesionales de 28 a 35 años, con experiencia en educación o gestión cultural y un interés activo en proyectos de preservación de la identidad local de la región de Aysén.
- **Héroe (1 participante):** Este arquetipo atrae especialmente a jóvenes adultos, entre 18 y 30 años, motivados por la automejora, los desafíos y la justicia. En este rango de edad, los individuos suelen estar en una etapa de consolidación de identidad, donde buscan experiencias y narrativas que les permitan demostrar fuerza y resiliencia, valores que pueden verse reflejados en las historias de Ñancúpel.
- **Inocente (3 participantes):** Este arquetipo abarca desde jóvenes a adultos jóvenes, aproximadamente entre 18 y 25 años, que buscan experiencias positivas, optimismo y accesibilidad en la narrativa. Su enfoque en la sencillez y el bienestar permite crear un

¹ Anexo 1: Entrevistas y respuestas.

ambiente acogedor y de exploración cultural, lo cual puede resonar especialmente entre aquellos que desean una experiencia sin riesgos y enriquecedora culturalmente.

El instrumento de recolección de datos fue una serie de entrevistas en profundidad, diseñadas con preguntas abiertas para obtener información detallada sobre las motivaciones y expectativas de los participantes. Las entrevistas fueron grabadas y transcritas para análisis posterior (anexo n°1).

4. Exposición de hallazgos

Los hallazgos que priman en estas entrevistas reflejan diferentes expectativas y puntos de vista según el arquetipo:

- **Interés por la autenticidad y la historia local:** Todos los grupos destacaron la importancia de que el proyecto ofrezca una representación auténtica de la historia de este pirata. Los *sabios* y los *inocentes*, en particular, señalaron la relevancia de que el contenido sea educativo y esté basado en investigaciones rigurosas, mientras que los *Exploradores* valoraron la autenticidad desde un enfoque más experiencial e interactivo.
- **Atractivo de la interactividad:** Los *exploradores* y los *inocentes* manifestaron un interés especial en la interactividad como una manera de explorar el contenido. Para este grupo, la posibilidad de tomar decisiones y acceder a múltiples caminos narrativos es un factor motivador clave que diferencia al proyecto de otros enfoques tradicionales.
- **Potencial educativo y cultural:** Los *sabios* y el *héroe*, sugirieron que el proyecto podría utilizarse en entornos educativos y comunitarios para fortalecer la identidad regional. Algunos expresaron interés en colaborar con el proyecto para asegurar su valor pedagógico, destacando la oportunidad de involucrar a la comunidad y a las instituciones culturales locales.
- **Adaptabilidad a diferentes entornos:** Considerando la diversidad de intereses y necesidades de los grupos, el proyecto debe estar diseñado para adaptarse tanto a un formato dinámico y moderno como a una experiencia más educativa. Esto implica desarrollar una estructura transmedia donde los usuarios puedan elegir su ruta dentro de la narrativa, ya sea

a través de un enfoque interactivo o uno más académico y reflexivo, dependiendo de sus intereses.

Estos descubrimientos influyeron directamente en la dirección que tomará el desarrollo del proyecto. Por ejemplo, el interés generalizado por la autenticidad y la historia local, resaltado por los sabios e inocentes, lleva a priorizar un enfoque riguroso en la investigación histórica y en la representación precisa de la cultura regional. Sin embargo, la necesidad de interactividad, que emergió especialmente de los exploradores y los inocentes, orienta el proyecto hacia un formato más dinámico e inmersivo, incorporando tecnologías modernas como aplicaciones móviles o experiencias transmedia que permitan al público explorar diferentes rutas narrativas.

Además, las sugerencias sobre la adaptabilidad de los contenidos para diversos formatos y plataformas asegurará que el proyecto sea inclusivo y capaz de conectar con diferentes tipos de públicos, sin perder su esencia educativa y cultural, mediante aprendizajes transmedia.

6. Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta estratégica que permite identificar los factores internos y externos que pueden impactar el éxito del proyecto transmedia centrado en la historia del pirata Ñancúpel. A través de la identificación de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, este análisis proporciona una visión integral de los aspectos que pueden impulsar el proyecto, así como los riesgos y desafíos que podrían obstaculizar su desarrollo.

1. Fortalezas

- **Vinculación con la identidad local:** El proyecto está profundamente arraigado en la cultura y la historia de la región de Aysén, lo cual es una fortaleza clave. La conexión con la memoria histórica y las tradiciones locales, en particular la leyenda de Ñancúpel, ofrece una narrativa auténtica que resuena con el público objetivo, especialmente aquellos de la región y los interesados en la preservación de su patrimonio cultural. Este enfoque cultural distintivo permite que el proyecto se diferencie en un mercado saturado de contenidos transmedia, donde muchas veces predominan las historias universales o globales.
- **Adaptabilidad a diferentes generaciones y plataformas:** El proyecto responde a las distintas preferencias de dos segmentos demográficos principales: la Generación Z y los

Millennials. El uso de plataformas digitales y formatos variados (minijuegos, narrativas en redes sociales, podcasts, documentales interactivos), facilita que el proyecto se ajuste a los hábitos y gustos de ambas audiencias. Esta flexibilidad es una ventaja competitiva, ya que permite una amplia cobertura y una experiencia personalizada para cada grupo.

- **Red de colaboradores estratégicos:** Las alianzas con instituciones educativas y culturales, como la Universidad Austral de Chile y el Museo Regional de Aysén, le proporcionan al proyecto respaldo institucional y credibilidad. Además, colaborar con oficinas de turismo y la editorial Ñire Negro brinda un potencial significativo para ampliar la difusión y fortalecer la visibilidad de la marca. Estas colaboraciones también ayudan a crear una narrativa más rica y auténtica, ya que aportan conocimientos históricos y culturales que enriquecen el contenido.
- **Compromiso con la comunidad local:** El proyecto tiene el potencial de involucrar activamente a la comunidad local en la creación y difusión de contenido. Esto fomenta un sentido de pertenencia y asegura que el proyecto sea percibido como un esfuerzo genuino por preservar y celebrar la identidad cultural de Aysén. La co-creación de contenido y la organización de eventos culturales refuerzan esta conexión y contribuyen al éxito del proyecto en la región.

2. Oportunidades

- **Aumento de fondos culturales:** El reciente aumento en la asignación de fondos públicos para proyectos culturales en la región de Aysén, constituye una oportunidad única para financiar iniciativas locales como este proyecto transmedia. Este incremento del 30% respecto al año anterior refuerza el compromiso del Gobierno con el fomento de la cultura regional y el rescate del patrimonio histórico, proporcionando recursos para la creación de contenidos innovadores, la integración de tecnologías digitales y la promoción de la identidad local.
- **Crecimiento del turismo en Aysén:** El aumento del turismo en la región, motivado por su rica historia y paisajes naturales, presenta una gran oportunidad para conectar la narrativa de Ñancúpel con las experiencias de los visitantes. El turismo cultural está en expansión, y las historias locales tienen un atractivo especial para los turistas interesados en la autenticidad y la inmersión en la cultura.

- **Interés en la memoria histórica y la identidad local:** Existe un creciente interés por rescatar y valorar la identidad y memoria histórica, especialmente entre las generaciones más jóvenes y en contextos de fortalecimiento cultural regional. La historia del pirata Ñancupel, ligada a las tradiciones marítimas y los mitos locales de Aysén, se presenta como un vehículo perfecto para atraer a públicos interesados en conocer y explorar la riqueza histórica de la región. Este fenómeno de valorización del patrimonio genera un entorno propicio para el proyecto, al aprovechar el deseo colectivo de reconectar con las raíces culturales.
- **Avances tecnológicos en experiencias inmersivas:** El desarrollo continuo de tecnologías como la realidad aumentada (RA), la realidad virtual (RV) y las aplicaciones de geolocalización brinda una excelente oportunidad para enriquecer la narrativa del proyecto. Esto, permitirá crear experiencias interactivas que harán vivir de manera inmersiva la historia, algo altamente atractivo para las audiencias jóvenes. Utilizar plataformas digitales para distribuir contenido de manera multiplataforma facilitaría el acceso y la participación en la experiencia transmedia, ampliando el alcance y la participación.
- **Apoyo institucional regional:** Los fondos disponibles a través de iniciativas como el FNDR (Fondo Nacional de Desarrollo Regional), especialmente enfocados en proyectos culturales y de vinculación con la comunidad, ofrecen una oportunidad para fortalecer las alianzas locales y asegurar el respaldo institucional. La colaboración con universidades, entidades culturales y organizaciones locales puede ampliar la visibilidad del proyecto, aportar recursos adicionales y fortalecer la conexión con la comunidad, lo cual es clave para su éxito a largo plazo.

3. Debilidades

- **Competencia intensa en el mercado digital:** El proyecto debe competir con una amplia variedad de otros contenidos transmedia y de entretenimiento digital, incluidos videojuegos, plataformas de streaming, aplicaciones de historias interactivas y otros proyectos de memoria histórica. Aunque la propuesta cultural del proyecto tiene un valor único, debe destacar en un mercado saturado de opciones digitales que también capturan la atención de los jóvenes adultos, lo que puede dificultar su diferenciación en un primer momento.

- **Dependencia de la infraestructura tecnológica:** El éxito del proyecto depende en gran medida de la calidad y accesibilidad de la infraestructura tecnológica, especialmente en lo que respecta a la experiencia interactiva y su disponibilidad en plataformas digitales. Esto puede presentar desafíos, especialmente si se enfrenta a limitaciones en el acceso a la tecnología en algunas áreas rurales o en segmentos del público que no estén tan familiarizados con las herramientas digitales más avanzadas.
- **Posible falta de continuidad o innovación:** La necesidad de renovar constantemente la oferta cultural para mantener la relevancia del proyecto puede ser un desafío, dado que el mercado de entretenimiento digital está en constante evolución, el proyecto debe adaptarse rápidamente a nuevas demandas tecnológicas y preferencias de contenido para evitar quedar obsoleto. La falta de innovación continua en el tipo de experiencias ofrecidas podría hacer que el interés disminuya con el tiempo.
- **Riesgo de insuficiente participación del público:** Aunque el proyecto ofrece experiencias interactivas, su éxito dependerá de la participación activa de la audiencia en las distintas plataformas (redes sociales, minijuegos, eventos presenciales, etc.). La dificultad para involucrar a un público amplio y mantener su compromiso a lo largo del tiempo puede representar una debilidad si las estrategias de engagement no están bien implementadas o no generan el interés esperado.

4. Amenazas

- **Competencia por fondos públicos:** La competencia por financiamiento público en la región de Aysén y a nivel nacional es alta, lo que representa un riesgo para la obtención de recursos, especialmente si los fondos disponibles no son suficientes para cubrir todos los proyectos solicitados. A pesar del aumento de recursos en los Fondos de Cultura, la saturación en la demanda y la necesidad de proyectos innovadores y sólidos hace que la aprobación no esté garantizada, lo cual podría limitar la capacidad de ejecución del proyecto o retrasar su desarrollo.
- **Desigualdad en el acceso a tecnologías digitales:** La brecha digital en la región de Aysén, con una conectividad de internet limitada en zonas rurales y un acceso restringido a servicios digitales de calidad, representa un desafío significativo. Esta disparidad en la infraestructura tecnológica puede dificultar que el público local participe plenamente en

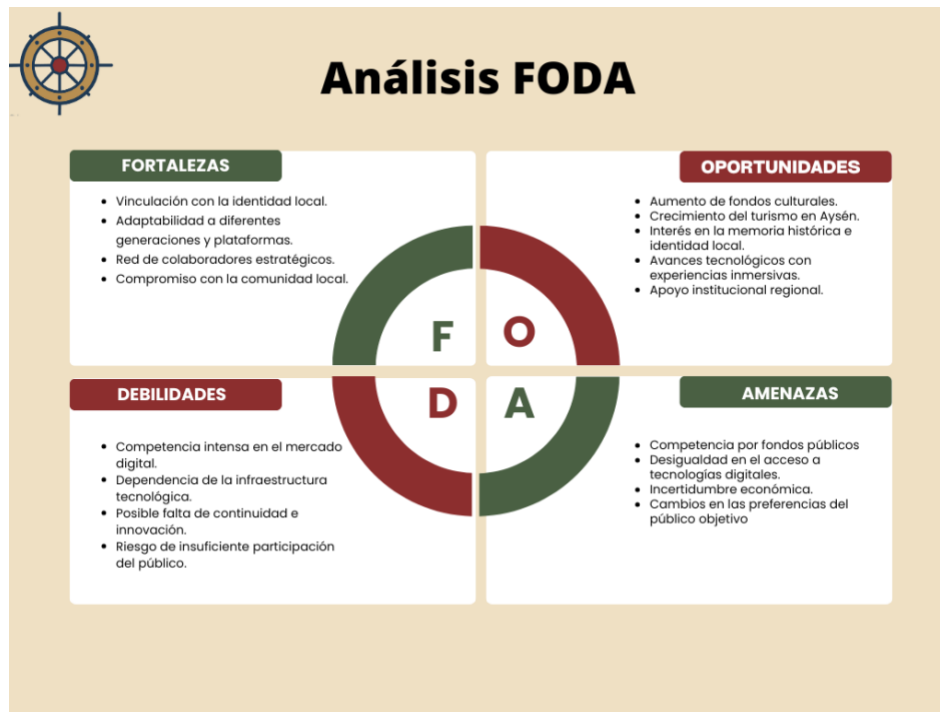
experiencias transmedia o interactúe con contenidos digitales de forma efectiva, lo cual podría limitar el alcance del proyecto y su impacto en las audiencias locales.

- **Incertidumbre económica:** La economía local y regional de Aysén es vulnerable a fluctuaciones económicas, como la disminución en el poder adquisitivo de la población o la variabilidad en los flujos turísticos. En tiempos de incertidumbre económica, los consumidores pueden reducir su gasto en entretenimiento o productos culturales, lo que podría afectar la rentabilidad del proyecto. Además, el potencial de recaudar fondos a través de la venta de experiencias o productos turísticos puede verse reducido si el flujo de turistas o la demanda local disminuye.
- **Cambios en las preferencias del público objetivo:** Las preferencias de entretenimiento están en constante evolución, y las audiencias pueden perder interés en el formato transmedia si no se actualiza o adapta continuamente a nuevas tendencias tecnológicas y/o narrativas transmediales. Además, la saturación de experiencias digitales o interactivas podría reducir la capacidad de diferenciación del proyecto en un mercado cada vez más competitivo, por lo que la adaptación constante a las expectativas de los usuarios es clave, pero también implica un riesgo constante de desalineación con las demandas del público.

En síntesis, las fortalezas del proyecto incluyen su conexión con la identidad local y su adaptabilidad a diferentes generaciones y plataformas. En cuanto a las oportunidades, destacan el aumento de fondos culturales y el creciente interés por la memoria histórica y la identidad local, lo que genera un contexto favorable para la implementación. Sin embargo, existen debilidades, como la competencia intensa en el mercado digital y la dependencia de la infraestructura tecnológica, que requieren atención para asegurar su éxito.

Finalmente, las amenazas, como la competencia por fondos públicos y las desigualdades en el acceso a tecnologías digitales, deben ser consideradas para mitigar posibles riesgos en la ejecución del proyecto. Este análisis permite tomar decisiones informadas y diseñar estrategias para maximizar los recursos y minimizar los obstáculos.

Imagen N°1 resumen Análisis FODA



Elaborado por Silvana Henríquez Perán

7. Diagnóstico breve

El proyecto "Las Rutas de Ñancúpel: Leyendas del Pirata del Sur" es una iniciativa transmedia que busca conectar emocionalmente con jóvenes adultos entre 18 a 35 años a través de la historia del pirata, figura legendaria del sur de Chile. Basado en un sondeo de audiencia con una muestra representativa, que incluyó jóvenes interesados en la preservación cultural de la región de Aysén, se identificó un fuerte interés en experiencias interactivas y auténticas. Este sondeo destacó la importancia de ofrecer una narrativa que mezcle historia y entretenimiento, aprovechando la predisposición de este público hacia la interactividad y la co-creación, siempre en sintonía con las raíces culturales del entorno austral.

Sin embargo, el proyecto enfrenta un desafío clave: la saturación del mercado digital de entretenimiento, que complica la diferenciación y el posicionamiento de propuestas novedosas. La competencia es alta, y aunque el público objetivo valora la autenticidad y el contenido cultural local, el proyecto debe competir con múltiples alternativas digitales que también buscan captar la

atención de los jóvenes. A esto se suman limitaciones de infraestructura digital en Aysén, lo que podría afectar la experiencia de usuarios en áreas de menor conectividad, un factor crítico para un proyecto que depende de tecnologías transmedia e interacción en línea.

A pesar de estos desafíos, el análisis del entorno y del mercado revela oportunidades significativas. El contexto cultural de Aysén, caracterizado por un fuerte sentido de identidad, favorece la aceptación de iniciativas que rescaten el patrimonio y la memoria histórica. Además, el crecimiento del turismo en la región y el aumento de fondos públicos destinados a la cultura crean un panorama propicio para su implementación. Fortalezas como la conexión con la identidad local, la flexibilidad para adaptarse a diferentes plataformas y las posibles alianzas con instituciones culturales y educativas permiten vislumbrar un impacto positivo en la audiencia. Estas oportunidades y alianzas, junto con una estrategia digital bien planificada, podrían ser clave para superar los retos del proyecto y consolidarlo como un referente de la cultura y el patrimonio del sur de Chile.

8. Objetivo General

Desarrollar el proyecto transmedia “*Las rutas de Ñancúpel: Leyendas del pirata del sur*” como una experiencia cultural inmersiva que conecte con el público joven adulto de la región austral de Chile, destacando la historia local y la identidad regional con una narrativa innovadora mediante una novela gráfica interactiva.

8.1 Objetivos específicos

- Captar a un público joven adulto (18-35 años) mediante contenidos interactivos que resalten la cultura y la historia de Aysén.
- Fortalecer la presencia digital del proyecto a través de plataformas y herramientas tecnológicas que favorezcan la interacción y la participación.
- Establecer alianzas estratégicas con instituciones culturales y editoriales locales para potenciar el alcance y la autenticidad del proyecto.
- Generar de una comunidad activa en torno al proyecto, que fomente el compromiso y la difusión de la propuesta cultural.

- Diferenciar el proyecto en un mercado digital saturado, destacando sus elementos de originalidad y pertinencia cultural.

9. Estrategias

- Se generará una narrativa transmedia inmersiva, mediante una novela gráfica interactiva denominada “*Las rutas de Ñancúpel: Leyendas del pirata del sur*”, que pueda expandirse a través de diferentes plataformas digitales, para involucrar activamente al público, generando una conexión más profunda con la historia.
- Se diseñará una identidad visual y cultural coherente: que refleje fielmente los valores y símbolos culturales de la región de Aysén. Integrar elementos visuales locales, como paisajes, colores y símbolos tradicionales, fortalecerá la conexión emocional de los usuarios con la narrativa.
- Se colaborará con actores locales para establecer alianzas estratégicas con el sector cultural, como instituciones educativas, artistas y organizaciones comunitarias, es fundamental para dar mayor autenticidad y relevancia al proyecto. A través de esto se puede enriquecer el contenido, asegurando que se mantenga alineado con las tradiciones y el contexto local. Además, estas alianzas permitirán aumentar el alcance del proyecto dentro de la comunidad, fomentando una participación activa y asegurando su impacto en el ámbito cultural regional.

10. Tácticas y acciones

- Se desarrollará una plataforma digital (web) que permita a los usuarios explorar el contenido transmedia de manera interactiva.
- Se diseñarán campañas en redes sociales que inviten a la audiencia a participar activamente en el desarrollo de la narrativa, con concursos, encuestas y contenido generado por los usuarios.
- Se colaborará con la editorial Ñire Negro y otras instituciones culturales para crear contenido exclusivo sobre la historia del pirata Ñancúpel.
- Se realizarán eventos en vivo, como presentaciones y exposiciones de la historia de este pirata para acercar el proyecto a la comunidad local y atraer al público objetivo.

- Existirá una segmentación del mercado digital a través de campañas publicitarias en plataformas como Google Ads y redes sociales, enfocándose en los intereses culturales y tecnológicos de la audiencia.
- Se fomentará el uso de tecnologías inmersivas como la realidad virtual para mejorar la experiencia interactiva e inmersiva del proyecto.
- Se creará una comunidad en línea mediante un foro o grupo en redes sociales, donde los usuarios podrán compartir experiencias y contenidos relacionados con la narrativa del pirata Ñancupel y sus aventuras.

V. PROYECTO TRANSMEDIA

5.1 Estrategia de posicionamiento

La estrategia de posicionamiento de *“Las Rutas de Ñancúpel: Leyendas del Pirata del Sur”* se centra en destacar al proyecto como una iniciativa cultural, educativa e innovadora, que rescata y preserva la identidad de la región de Aysén. Esta postura se fundamenta en la autenticidad de su narrativa y en la capacidad para transmitir memoria histórica a través de una experiencia transmedia, haciendo que el proyecto sea reconocido como un referente en la promoción de la cultura local, utilizando formatos interactivos y visuales de alto impacto.

La narrativa está cuidadosamente diseñada para reflejar la mística de la región de Aysén, integrando elementos históricos, leyendas y paisajes locales, mediante un estilo artístico que evoca la atmósfera de la Patagonia y que busca conectar emocionalmente con sus audiencias y diferenciarse en un mercado saturado de contenido digital. Este enfoque visual y narrativo refuerza su autenticidad y relevancia cultural, invitando a los usuarios a explorar una historia única y representativa de su entorno.

Una de las principales fortalezas, radica en su capacidad para ofrecer experiencias interactivas y participativas, mediante plataformas digitales como aplicaciones móviles, minijuegos, redes sociales y eventos presenciales, los cuales buscan involucrar activamente a las audiencias en la narrativa. Además, la co-creación con la comunidad local y los usuarios fortalece el sentido de pertenencia y enriquece la historia con perspectivas diversas.

Respecto a las audiencias, este proyecto está diseñado para conectar con dos segmentos clave del público: jóvenes de la Generación Z (18-24 años) y Millennials (25-35 años). Los primeros se sienten atraídos por formatos rápidos y dinámicos como TikTok y juegos interactivos, mientras que los segundos prefieren contenidos más reflexivos y de largo formato, como podcasts y documentales. Este enfoque segmentado permite que el proyecto sea relevante para una audiencia amplia y diversa.

Por último, *“Las Rutas de Ñancúpel: Leyendas del Pirata del Sur”* se apoya en alianzas estratégicas con instituciones culturales, educativas y turísticas de la región, como el Museo

Regional de Aysén, la editorial Ñire Negro y universidades locales. Estas colaboraciones amplifican la visibilidad del proyecto, pero también le otorgan credibilidad y respaldo institucional. De este modo, el proyecto refuerza su vínculo con el territorio, promoviendo un sentido de comunidad y fortaleciendo su posicionamiento como una iniciativa que combina tradición, innovación y participación activa.

Actualmente, el proyecto se encuentra en una etapa inicial y ocupa una posición como propuesta emergente dentro del ámbito cultural de la región de Aysén. Destaca por su enfoque innovador al combinar narrativa transmedia con la preservación de la identidad local, compitiendo con otras iniciativas culturales y educativas que rescatan la memoria histórica, tanto a nivel regional como nacional, pero su posicionamiento como referente en el ámbito digital y transmedia está en proceso de construcción. No obstante, aspira a posicionarse como un referente nacional en narrativas transmedia culturales, buscando ocupar una posición de liderazgo en el ámbito cultural y educativo, siendo identificado como un modelo que combina tradición e innovación tecnológica.; además, se pretende que el proyecto sea reconocido no solo por su aporte cultural, sino también por su capacidad de involucrar a las audiencias en experiencias interactivas y participativas, generando un impacto social y educativo significativo.

Respecto a los aspectos financieros, el proyecto depende, en gran medida, de los fondos públicos disponibles, como los otorgados por el FNDR o los Fondos de Cultura del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio; estos recursos ofrecen una base importante para el desarrollo inicial, pero puede ser necesario buscar financiamiento complementario a través de patrocinadores privados, alianzas estratégicas con empresas locales o campañas de crowdfunding. Aunque existe potencial para captar los recursos necesarios, la magnitud del presupuesto determinará la calidad de las tecnologías transmedia implementadas y la escala de las campañas de difusión.

Es fundamental que el proyecto innove constantemente en sus formatos narrativos y digitales, incorporando tendencias tecnológicas y manteniendo la relevancia cultural para las audiencias. También será importante sostener un alto nivel de engagement con el público objetivo mediante experiencias periódicas, como eventos culturales, actualizaciones en la narrativa interactiva y una presencia digital activa.

5.2 Propuesta de valor

El proyecto ofrece una propuesta de valor centrada en la preservación de la memoria histórica y la identidad cultural de la región de Aysén, utilizando un enfoque transmedia innovador, mediante una narrativa interactiva, busca rescatar la figura legendaria del pirata Ñancúpel y conectar a las nuevas generaciones con su patrimonio cultural, fomentando un sentido de pertenencia y orgullo por la riqueza histórica del sur austral de Chile. Este enfoque combina elementos de historia regional, tradición oral y folclore, creando una experiencia atractiva y significativa para su público objetivo.

El proyecto destaca por su capacidad para integrar tecnologías digitales, como aplicaciones móviles, minijuegos, narrativas visuales, entre otras, las que enriquecen la experiencia del usuario y lo involucran activamente en la exploración de la historia. A través de estas herramientas, se busca establecer un puente entre las tradiciones locales y las expectativas de las nuevas generaciones, especialmente aquellas interesadas en experiencias inmersivas e interactivas.

Además, *Las Rutas de Ñancúpel* fomenta la participación comunitaria, promoviendo la co-creación de contenido con las voces locales. Esto no solo fortalece la autenticidad del proyecto, sino que también genera un impacto social al dar protagonismo a la comunidad en la preservación de su propia historia, donde la propuesta de valor se enriquece al ofrecer una narrativa que educa y entretiene, pero también involucra a las audiencias en un proceso de construcción colectiva del patrimonio cultural.

En resumen, la propuesta de valor de este proyecto radica en su capacidad de combinar tradición, tecnología y participación comunitaria para preservar y difundir la memoria cultural de Aysén, posicionándose como una experiencia única que conecta generaciones y refuerza la identidad local.

5.3 Universo Transmedia

Imagen N°1 Universo Transmedia



El universo transmedia se construye como una narrativa expandida que utiliza múltiples plataformas para desarrollar la historia del pirata Ñancúpel, su familia, y su conexión con los mares del sur de Chile. Cada plataforma (novela gráfica, juegos, RA, página web y redes sociales) aporta una perspectiva única, permitiendo a los usuarios explorar diferentes facetas de la narrativa y del contexto cultural.

5.3 Propuesta maquetas y piezas

La maqueta es una herramienta esencial que actúa como un puente entre la conceptualización y la realización de la novela gráfica interactiva, la que representa visual y estructuralmente el contenido, facilitando la planificación de las páginas, los elementos interactivos y el flujo narrativo. En este contexto, la maqueta permite organizar viñetas, texto y componentes dinámicos, asegurando que cada elemento esté alineado con la narrativa y la experiencia inmersiva deseada. Por ejemplo, la maqueta incluiría un esquema inicial que muestre cómo los lectores interactuarán con elecciones narrativas, minijuegos y objetos explorables, como un mapa o un sextante, integrados directamente en la historia.

Además, proporciona un espacio para experimentar con la disposición gráfica y la navegación general, lo que incluye probar transiciones suaves entre páginas, y la integración de detalles culturales que refuercen la identidad del proyecto. Por ejemplo, la paleta de colores utilizada en el diseño puede destacarse en la maqueta, con tonos como azul profundo y verde musgo que reflejan el entorno marítimo del sur de Chile. De este modo, la maqueta no solo funciona como un modelo visual, sino como una herramienta interactiva que permite refinar la interacción del usuario y garantizar que la historia y la estética trabajen en armonía para ofrecer una experiencia rica y coherente.

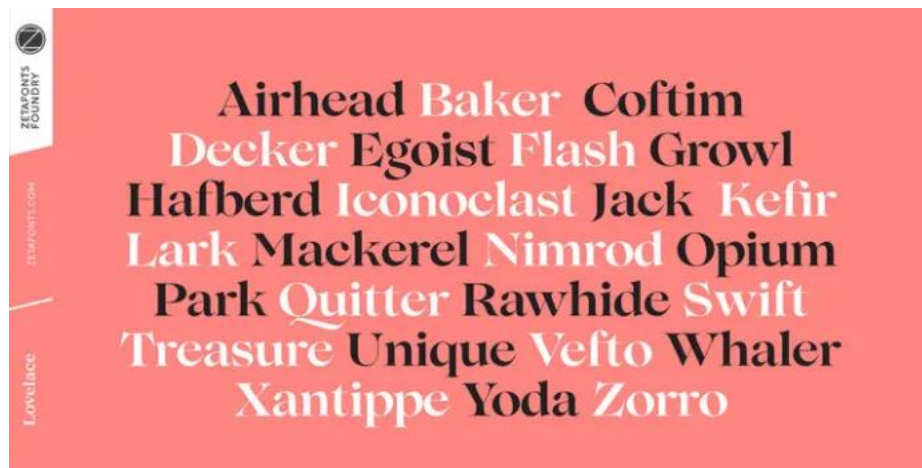
6.1 Tipografía

La tipografía Lovelace tiene un estilo elegante y clásica, lo que la hace ideal para reforzar el tono histórico y aventurero de la novela gráfica interactiva. Su diseño clásico transmite una sensación de antigüedad y sofisticación que se alinea con el tono de la narrativa, destacando especialmente en títulos y encabezados.

A su vez, se puede utilizar en títulos y encabezados, dado su diseño detallado y decorativo destaca en los títulos principales, captando la atención del lector y estableciendo un tono narrativo claro. Por otra parte es una tipografía interactiva, ideal para botones y menús interactivos, donde su legibilidad y estética distintiva ofrecen una experiencia intuitiva y atractiva.

Lovelace es versátil tanto para formatos digitales (novela gráfica interactiva, página web) como impresos (ediciones físicas de la novela, juego), garantizando coherencia visual en todas las plataformas.

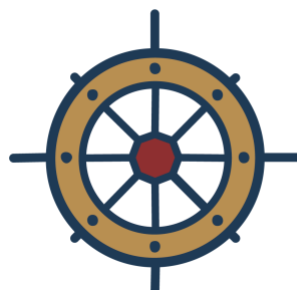
Imagen N°1 tipografía



6.2 Logotipo

El logotipo está diseñado con un enfoque de elementos náuticos, específicamente una rueda de timón, que es un símbolo claro de navegación, control y aventura, lo cual es apropiado dado que Ñancúpel, el pirata, está vinculado a una narrativa de exploración y valentía en el mar. La rueda de timón también puede asociarse con el concepto de control y dirección, lo que refuerza el carácter de un navegante experimentado y audaz.

Imagen N°2 logotipo



Los colores presentes en el logotipo de Ñancúpel, representan una paleta que evoca sensaciones específicas relacionadas con la figura del pirata y la temática marítima; su significado complementa para transmitir una identidad visual coherente para una narrativa que explora el mar, la historia y la aventura, proporcionando una sensación de riqueza, control y acción:

Azul profundo (#243B55): Representa las aguas frías y profundas de los fiordos de Aysén. Refuerza la conexión del personaje con el mar y la navegación, a la vez que evoca sensaciones de estabilidad, seriedad y autoridad. Es un color que comunica poder sin ser agresivo.

Oro envejecido (#B78E52): Sugiere tesoros, monedas, y detalles antiguos.

Rojo carmesí (#8C2E2E): El rojo es un color intenso y emocional, que se relaciona con la valentía y la acción, características propias de un pirata como Ñancúpel, también se relaciona con detalles de peligro, acción o momentos de alta tensión.

Imagen N°3 paleta de colores logotipo



Elaboración propia vía Color Adobe

6.3 Paleta de colores para universo transmedia

La paleta de colores seleccionada está diseñada para reflejar tanto el entorno natural del sur de Chile como los aspectos emocionales y narrativos de la historia de Pedro María Ñancúpel. Cada color tiene un propósito funcional y simbólico que enriquece la experiencia visual del proyecto y conecta con su identidad cultural y temática.

Tonos principales (Naturaleza y ambiente)

- **Azul profundo (#243B55):** Representa las aguas frías y profundas de los fiordos de Aysén.
- **Gris brumoso (#8A9CA9):** Evoca la niebla y el clima del sur austral.
- **Verde musgo (#4A6043):** Simboliza la vegetación densa y húmeda de la región.

Tonos secundarios (Histórico y cultural)

- **Marrón madera (#7B4A2D):** Para elementos de barcos, cofres, y herramientas de madera.
- **Oro envejecido (#B78E52):** Sugiere tesoros, monedas, y detalles antiguos.
- **Blanco pergamino (#EFE0C3):** Representa mapas, cartas náuticas y documentos históricos.

Tonos de acento (Dramatismo y aventura)

- **Rojo carmesí (#8C2E2E):** Para detalles de peligro, acción o momentos de alta tensión.
- **Negro carbón (#2D2D2D):** Útil en sombras, personajes y detalles oscuros del relato.
- **Azul claro gélido (#B4D9E3):** Refleja el cielo helado o reflejos en el agua.

Imagen N°4 paleta de colores universo transmedia



Elaboración propia vía Color Adobe

5.4 Elementos del Universo Transmedia

A. Troncal: Novela Gráfica Interactiva: Este formato combina narrativa visual, interactividad y elementos culturales para contar la historia de Ñancúpel, un pirata chilote del siglo XIX, quien navega los mares del sur de Chile enfrentando conflictos internos, desafíos familiares y misterios marítimos. Este troncal actúa como el eje central que conecta y da coherencia a todos los satélites del proyecto.

Introducción Narrativa:

Para algunos fue un ladrón cruel y sanguinario; para otros, un justiciero adelantado a su época. ¿Cómo un joven chilote, nacido en las costas humildes de Chiloé, llegó a convertirse en el temido y enigmático “Pirata Ñancúpel”? Esta es su historia, una mezcla de realidad y leyenda que ha surcado los mares del sur de Chile durante generaciones.

El relato comienza en un pequeño poblado chilote, donde Pedro María Ñancúpel creció rodeado por historias de navegantes y mitos marítimos, quien desde joven, mostró habilidades excepcionales para la navegación y el comercio, pero también una rebeldía que lo distanciaba de la vida ordinaria. Fue este espíritu inquieto el que lo llevó a embarcarse en un viaje que cambiaría su destino para siempre. Vivió en un periodo de tensiones económicas y sociales en el sur de Chile, donde las oportunidades eran escasas para los habitantes locales. Aprovechando sus habilidades marítimas y su profundo conocimiento de las costas australes, decidió enfrentarse a las injusticias que percibía, atacando barcos mercantes que transportaban recursos hacia los puertos centrales. Aunque su figura es controvertida, para algunos fue un justiciero que se rebeló contra los comerciantes que explotaban a los trabajadores de Chiloé y Aysén, repartiendo parte de los botines entre las comunidades más necesitadas. Para otros, en cambio, fue un pirata sanguinario cuyos crímenes lo convirtieron en un hombre buscado por las autoridades chilenas.

Estructura por capítulo de la novela gráfica interactiva:

Capítulo 1: El Inicio de la Leyenda

- Introducción de Ñancúpel como joven navegante en Chiloé.
- Encuentro con un anciano que le entrega el mapa fragmentado.

- Primer viaje hacia los fiordos para buscar respuestas.

Capítulo 2: La Tripulación Rebelde

- Formación de su tripulación y primeros conflictos internos.
- Un motín durante una tormenta donde Ñancúpel demuestra su liderazgo.

Capítulo 3: El Sextante Misterioso

- Descubrimiento de un sextante con inscripciones que conectan con un tesoro ancestral.
- Decisiones morales que impactan la relación con su tripulación.

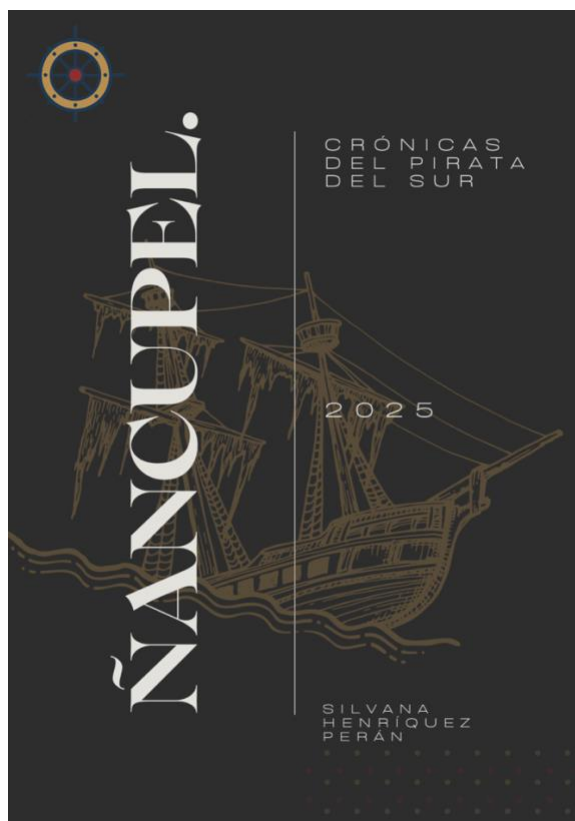
Capítulo 4: El Enemigo en el Mar

- Encuentro con un capitán rival que busca capturar a Ñancúpel.
- Escenas de acción y estrategia marítima.

Capítulo 5: La Verdad del Tesoro

- Revelación de que el tesoro está relacionado con su linaje y secretos familiares.
- Dilema final que determina el destino de Ñancúpel.

Imagen N°2 Portada Novela Gráfica Interactiva



Elaboración propia vía Canva

Fases de la experiencia del usuario

1. Interactividad en el Formato Principal:

- **Decisiones Narrativas:**
 - a. En momentos clave, el lector enfrenta elecciones que afectan el curso de la historia.
Por ejemplo:
 - "¿Ñancúpel debería explorar la cueva o enfrentarse al enemigo?"
 - b. Estas decisiones se presentan como cuadros interactivos dentro de la novela gráfica, con botones o códigos QR que direccionan a rutas específicas.
- **Rutas Alternativas:**
 - a. La historia se ramifica en diferentes líneas narrativas. Cada ruta tiene ilustraciones y diálogos únicos, lo que incentiva a los usuarios a explorar más de una vez.

2. Contenido Adicional Incorporado:

- **Mapas Interactivos:**

- a. Dentro de las páginas, los mapas de los fiordos y costas de Aysén pueden incluir puntos destacados que revelan más información o rutas narrativas cuando el lector los escanea con una app o dispositivo móvil.

- **QRs y Realidad Aumentada (RA):**

- a. Códigos QR integrados en las ilustraciones permiten al lector acceder a escenas animadas, videos explicativos o detalles ocultos, como la ubicación de un tesoro.

- **Colaboración de la Audiencia:**

- Dentro de la novela gráfica se invita a los lectores a compartir sus propias interpretaciones de la leyenda de Ñancúpel a través de plataformas digitales. Estas contribuciones pueden ser incorporadas en futuras ediciones.

B. Satélites

1. **El Rumor de las Aguas (RA):** Ofrece una experiencia inmersiva donde los usuarios exploran puntos clave de la narrativa en ubicaciones reales, mediante códigos QR utilizando realidad aumentada para interactuar con objetos y personajes. A su vez, invita a los usuarios a explorar la región de Aysén y sus alrededores mediante una aplicación móvil que utiliza geolocalización para guiar a los participantes a ubicaciones específicas relacionadas con la historia de Ñancúpel. En cada punto, los usuarios enfrentan desafíos interactivos que les permiten desbloquear fragmentos de la narrativa, objetos virtuales y recompensas.

1.1 Desafíos interactivos:

Exploración de Lugares

- Los usuarios deben llegar físicamente a cada ubicación para desbloquear contenido en la aplicación.
- En cada punto, una animación en RA revela elementos narrativos, como diálogos de personajes o recreaciones de eventos históricos.

Resolución de Acertijos

- Cada lugar presenta un acertijo relacionado con la cultura, historia o narrativa de Ñancúpel.
- Ejemplo: En la isla de Melinka, el usuario debe descifrar un código grabado en un sextante virtual que aparece al escanear un punto específico.

Narrativa Interactiva

- Elecciones de narrativas en RA que impactan el contenido futuro. Por ejemplo, decidir si Ñancúpel confía en un personaje o sigue un mapa alternativo.

Imagen N°3 simulación Código QR que estará al interior de la novela gráfica interactiva



Elaboración propia vía Canva

2. El Cofre del Tesoro (Juegos): Es un satélite diseñado para expandir el universo a través de experiencias lúdicas que conectan la narrativa con el entretenimiento interactivo. Este satélite incluye dos modalidades: un videojuego y un juego de mesa.

2.1 Videojuego: Un juego de exploración y estrategia donde el jugador lidera a Ñancúpel y su tripulación.

Mecánicas de juego:

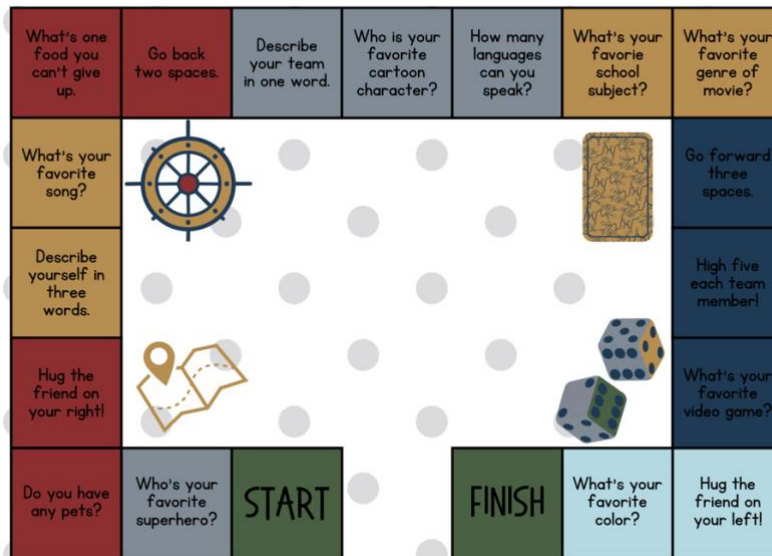
- **Exploración:** Un mapa abierto del sur de Chile con ubicaciones que los jugadores deben desbloquear.
- **Batallas navales:** Combates estratégicos contra corsarios rivales, utilizando habilidades especiales del barco.
- **Decisiones narrativas:** Opciones que afectan la moral de la tripulación y los eventos del juego.
- **Recompensas:** Artefactos que amplían la narrativa, como mapas interactivos y diarios de viaje.

2.2 Juego de mesa: Un juego de estrategia para 2-6 jugadores, donde los participantes compiten por completar un mapa fragmentado y descubrir el tesoro de Ñancúpel. Su objetivo es reunir recursos, resolver pistas y superar obstáculos para completar la travesía.

Mecánicas de juego:

- **Tablero modular:** Representa los fiordos y costas del sur de Chile, cambiando con cada partida.
- **Cartas de acción:** Desafíos y eventos basados en la narrativa (tormentas, encuentros con familias de oligarquía).
- **Sistema de alianzas:** Los jugadores pueden cooperar temporalmente, pero solo uno alcanzará el tesoro.

Imagen N°4 simulación de tablero de juego



Elaboración propia vía Canva

3. Fragmentos del Sur (Contenido Digital): Amplía la narrativa mediante publicaciones multimedia, mini documentales, y redes sociales. Este satélite busca contextualizar la historia y promover la interacción de la comunidad en línea, vinculando el universo narrativo con aspectos culturales e históricos del sur de Chile.

3.1 Mini documentales: Se presentarán relatos históricos y culturales que inspiraron la narrativa, como la vida de los navegantes chilotes, mitología marina, y el comercio en los fiordos de Aysén. Contendrá clips de 5 a 10 minutos, diseñados para plataformas como YouTube y redes sociales.

Imagen N°5 Referencia de la Novela Gráfica Interactiva Benkoz



Fuente: Canal Trece Colombia (2019). YouTube https://www.youtube.com/watch?v=93n06_PgmPA

3.2 Redes Sociales: Son el eje digital para conectar a las audiencias con el universo narrativo. Estas plataformas permiten compartir contenido exclusivo, interactuar con los seguidores y construir una comunidad activa en torno al proyecto.

- Instagram: Historias visuales, reels y publicaciones en carrusel.
- TikTok: Videos cortos, dinámicos y virales.
- Facebook: Publicaciones más largas, adaptadas para un público general, como convocatorias a eventos locales o eventos.

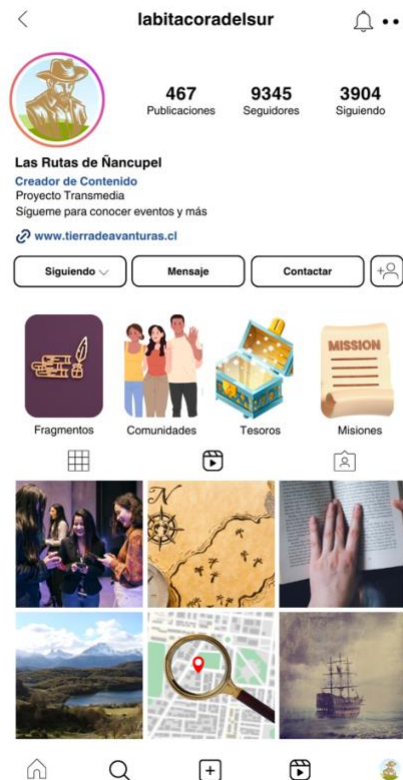
Contenido destacado:

- **Historias visuales:** Fragmentos ilustrados de la novela gráfica.
- **Videos cortos:** Narraciones animadas con elementos de la historia de Ñancúpel.
- **Interacción comunitaria:** Encuestas, trivias, y concursos relacionados con el universo transmedia.

Gamificación del Contenido:

- **Tesoros Digitales:** Los usuarios que interactúan regularmente con las publicaciones o completan desafíos en línea (como trivias históricas) desbloquean contenido exclusivo, como ilustraciones inéditas o episodios adicionales.
- **Misiones Semanales:** Actividades en redes sociales, como resolver acertijos o encontrar pistas en publicaciones, para mantener a los usuarios comprometidos.

Imagen N°6 simulación red social Instagram



Elaboración propia vía Canva

4. **Tierra de Aventuras (Página Web):** Es el centro digital donde se conecta todo el contenido transmedia. Incluye mapas interactivos, galerías de arte conceptual y un sistema de logros que incentiva la exploración de los satélites.

Objetivos:

- **Centralizar el contenido transmedia:** Ofrecer un espacio donde los usuarios puedan explorar el universo transmedia del proyecto (novela gráfica, juegos, RA, contenido digital, etc.).
- **Fomentar la interacción:** Crear dinámicas que mantengan el interés y la participación de los usuarios.
- **Reflejar la narrativa y la estética:** Diseñar una interfaz que evoque el entorno marítimo y cultural del sur de Chile.
- **Promover el proyecto:** Proveer acceso a materiales promocionales, información y puntos de venta.

Secciones principales:

A. Inicio

B. Novela Gráfica Interactiva

C. Juegos

D. El Rumor de las Aguas (RA)

E. Fragmentos del Sur (Contenido Digital)

F. Comunidad

G. Tienda Oficial

Imagen N°7 Mapa de Sitio



Elaboración propia vía Canva

Imagen N°8 simulación portada web



Elaboración propia vía Canva

5. Hermanos de la Mar (Comunidades): diseñado para conectar a los seguidores del proyecto, tanto en espacios digitales como presenciales, fomentando la colaboración, el aprendizaje y la participación activa. Este satélite se convierte en el núcleo social del universo transmedia, donde los fans pueden compartir experiencias, teorías y creaciones relacionadas con el universo narrativo.

5.1 Comunidad digital: Un espacio en línea donde los seguidores pueden interactuar y participar activamente en el universo transmedia. En este espacio los usuarios encontrarán en la página web *Tierra de Aventuras*, grupos exclusivos en redes sociales y podrán navegar por secciones dedicadas a discutir capítulos de la novela gráfica interactiva, elementos culturales e interpretaciones del universo.

5.2 Comunidad presencial: Actividades culturales y recreativas organizadas, en primera instancia, en la región de Aysén para luego expandirse por el sur de Chile. Algunos de los eventos principales serán talleres culturales, exploraciones guiadas, jornadas de juegos, ferias narrativas, para crear un espacio donde las audiencias no solo consumen la narrativa, sino que también contribuyen activamente a ella, ampliando su alcance y profundidad.

VI. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

El proyecto de la novela gráfica interactiva sobre Ñancúpel requiere la postulación a fondos públicos y la gestión de apoyos adicionales para garantizar su desarrollo. Esta iniciativa busca rescatar y revitalizar el rico patrimonio cultural de la región de Aysén, pero también hacerlo accesible a través de una narrativa innovadora y tecnológica. Al combinar elementos tradicionales con formatos modernos, la obra tiene el potencial de alcanzar nuevas audiencias, fomentar la identidad cultural y posicionar a la región como referente en proyectos que conectan historia y tecnología.

El financiamiento permitirá cubrir aspectos esenciales como la investigación histórica, el desarrollo creativo y la difusión en plataformas que amplifiquen su impacto educativo y cultural a través de una experiencia transmedia, considerando los siguientes elementos:

- **Rescate y revitalización del patrimonio cultural de Aysén:** Mediante una novela gráfica interactiva, se busca recuperar leyendas y mitos de la región, reinterpretándolos de manera moderna pero respetuosa con su autenticidad histórica; contribuirá a preservar el patrimonio intangible de Aysén y a difundirlo tanto dentro como fuera de la región.
- **Difusión de la identidad regional a nivel nacional:** A través de un financiamiento adecuado, el proyecto permitirá que las historias de Ñancúpel alcancen a un público amplio del sur austral, posicionando la riqueza cultural de Aysén en la conciencia nacional y destacando la diversidad del folclore chileno más allá de las narrativas tradicionales.
- **Conexión de las nuevas generaciones con la historia local mediante experiencias transmedia:** Usando una narrativa interactiva y multiplataforma, el proyecto empleará tecnología y elementos visuales atractivos para el público joven, fomentando el interés por la historia y las leyendas locales, y permitiendo que los jóvenes se sientan parte de estas mediante su participación activa.
- **Incentivo a la lectura y el consumo cultural digital:** La novela gráfica interactiva fomentará la lectura a través de un formato innovador que combina texto, ilustraciones y gamificación, capturando la atención de quienes consumen contenido digital y adaptándose a los nuevos hábitos culturales.

- **Fortalecimiento de la industria editorial y cultural regional:** El proyecto buscará trabajar con talentos locales, como ilustradores, escritores y desarrolladores, impulsando la economía creativa y fomentando el crecimiento de iniciativas culturales con identidad regional.

Argumento de postulación

El proyecto, como se mencionó anteriormente, tiene como objetivo principal rescatar y revitalizar el patrimonio cultural de Aysén mediante una novela gráfica interactiva transmedia que conecte a las nuevas generaciones con su historia local. Esta narrativa moderna e inclusiva incorporará tecnologías digitales, gamificación y elementos visuales, logrando una experiencia accesible e innovadora para los lectores.

Con el apoyo del **Fondo del Libro y la Lectura 2025**, el proyecto busca impactar en varias dimensiones:

1. **Preservación y promoción de la identidad cultural:** Rescatar leyendas locales, fortaleciendo la conexión de los jóvenes con sus raíces y promoviendo el sentido de pertenencia hacia la región.
2. **Fomento de la lectura en formatos digitales:** Incentivar hábitos lectores en entornos digitales mediante la combinación de texto, ilustraciones y gamificación.
3. **Desarrollo de la industria cultural regional:** Generar alianzas con talentos locales para consolidar la producción cultural en Aysén.
4. **Educación y reducción de la brecha cultural:** Presentar la historia local de manera interactiva y educativa, inspirando empatía y valorización del patrimonio.

Identificación de la línea de postulación

El **Fondo del Libro y la Lectura**, en su línea de **Fomento a la Industria**, apoya proyectos innovadores y colaborativos que promuevan la lectura y el acceso a contenidos literarios, incentivando el desarrollo de la industria editorial y cultural en Chile.

Imagen N°1: Convocatoria Fondos de Cultura



Fuente: Página web Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio

Plan de financiamiento

El proyecto contempla un costo total de \$15.000.000, distribuidos de la siguiente manera:

- **Monto solicitado al Fondo:** \$8.000.000.
- **Aportes no pecuniarios:** \$7.000.000, distribuidos en:
 - a. **Instituciones de Educación Superior:** Apoyo en investigación, asesoría histórica y pruebas de usuario, con la colaboración de la Universidad de Aysén, la Universidad Austral de Chile y la Universidad de La Frontera. Valor estimado: \$4.000.000.
 - b. **Editoriales regionales:** Difusión y edición de contenido a cargo de Ñire Negro, una editorial independiente de Aysén comprometida con la historia y la cultura de la Patagonia. Valor estimado: \$3.000.000.

Con este financiamiento, *Las Rutas de Ñancúpel* aspira a posicionarse como un referente en la preservación y promoción del patrimonio cultural de Aysén mediante un enfoque transmedia innovador.

Imagen N°1 cargos y gastos principales

Subtotal Proyectado a la fecha: \$ 15.000.000

ITEM	QTY	PROYECTADO COSTO UNITARIO	PROYECTADO SUBTOTAL
Personal			SUBTOTAL \$ 7.000.000
Director y gestión del proyecto	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
Desarrollo de guión transmedia	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Ilustración y diseño de la novela gráfica	1	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000
Gastos administrativos	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Objetivo 2			SUBTOTAL \$ 1.000.000
Gastos operativos (licencias, software)	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Reuniones de pauta	1	\$ -	\$ -
Aportes no pecunarios			SUBTOTAL \$ 7.000.000
Sala para reuniones	1	\$ -	\$ -
Campaña en redes sociales	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Difusión en medios	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Patrocinio editorial	1	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000
Consultoría historiador regional	2	\$ 1.000.000	\$ 2.000.000

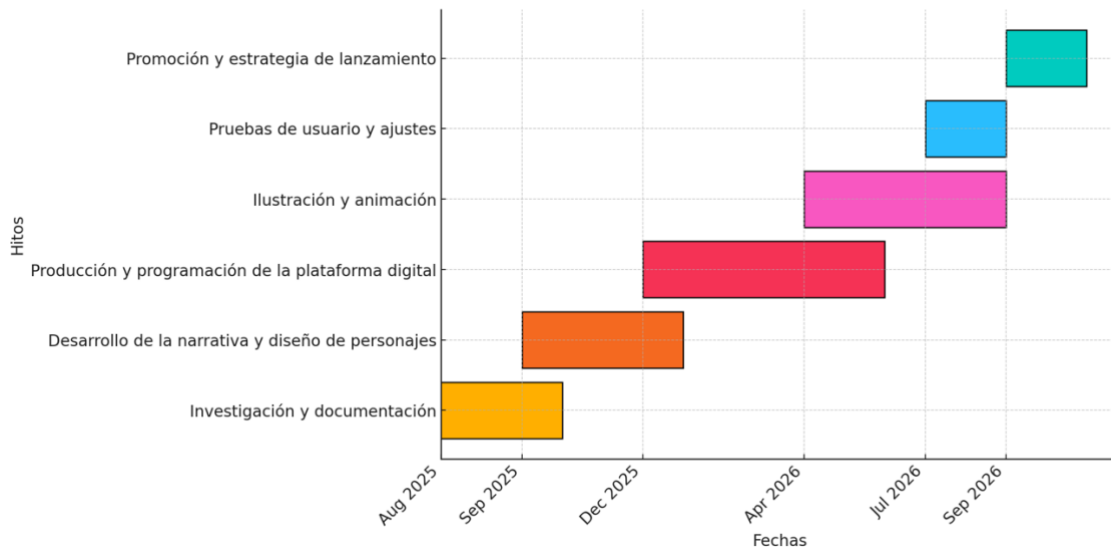
Identificación del tiempo aproximado del proyecto

El desarrollo de *Las Rutas de Ñancúpel: Leyendas del Pirata del Sur* se estima en un período de entre **12 y 18 meses**, considerando los siguientes hitos clave:

- **Investigación y documentación (2-3 meses):** Este proyecto, centrado en rescatar leyendas y el patrimonio cultural de Aysén, requiere una investigación exhaustiva sobre la figura de Ñancúpel y su contexto histórico y cultural. Este proceso incluirá la revisión de fuentes históricas, entrevistas con expertos locales y la consulta de registros culturales para garantizar la autenticidad y profundidad de la narrativa.
- **Desarrollo de la narrativa y diseño de personajes (3-4 meses):** Crear una narrativa interactiva de formato transmedia implica diseñar una historia coherente y adaptada al formato de una novela gráfica interactiva. Además, se desarrollará el diseño de personajes y entornos que reflejen fielmente la autenticidad cultural de Aysén, asegurando un equilibrio entre creatividad y representatividad histórica.

- **Producción y programación de la plataforma digital (4-6 meses):** La novela gráfica interactiva requerirá una plataforma digital funcional, que incluya el diseño de una interfaz interactiva y elementos de gamificación. Este proceso contempla la programación, pruebas de funcionalidad y ajustes para garantizar una experiencia de usuario óptima.
- **Ilustración y animación (3-5 meses):** La calidad visual es un elemento clave. Este periodo estará dedicado a ilustrar, animar y dar vida a los personajes y escenarios, cuidando cada detalle visual para transmitir la riqueza cultural y el espíritu de la leyenda de Ñancúpel.
- **Pruebas de usuario y ajustes (1-2 meses):** Las pruebas con usuarios permitirán evaluar la experiencia interactiva, detectar problemas técnicos o narrativos, y realizar los ajustes necesarios para optimizar el producto final antes de su lanzamiento.
- **Promoción y estrategia de lanzamiento (1-2 meses):** Este periodo estará destinado a maximizar el alcance del proyecto mediante estrategias de difusión y lanzamiento. Esto incluye campañas en redes sociales, eventos de presentación y colaboraciones con instituciones educativas y culturales para posicionar el proyecto como un referente innovador en la región.

Imagen N°3 Carta Gantt



Monitoreo y Seguimiento

- **Control de Progreso:** Se implementarán indicadores clave de rendimiento (KPIs) para monitorear el avance del proyecto en aspectos como tiempo, recursos y calidad. Estos indicadores incluirán el cumplimiento de los plazos establecidos para el desarrollo de contenido, el número de usuarios interactuando con las plataformas digitales, y el nivel de participación comunitaria en actividades relacionadas con el proyecto.
- **Evaluación de Impacto:** Se llevarán a cabo evaluaciones periódicas para medir el impacto cultural del proyecto en la comunidad de Aysén. Estas evaluaciones podrán incluir encuestas dirigidas a los participantes de talleres, análisis detallados de la interacción en plataformas digitales, y la medición de la visibilidad del proyecto en medios de comunicación locales y nacionales.
- **Transparencia y Reportes Financieros:** La gestión de los fondos se realizará bajo estrictos estándares de transparencia. Se elaborarán informes periódicos que detallen el uso de los recursos, el estado de avance de las actividades y cualquier desviación del presupuesto inicial. Estos informes serán compartidos con los financiadores y colaboradores institucionales, asegurando claridad y confianza en la administración del proyecto.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barker, M. (2023). *Generación Z y su relación con las redes sociales: un análisis de tendencias de consumo*. Universidad de Chile.
- Bhabha, H. K. (1994). *The location of culture*. Routledge.
- BioBioChile. (2024). *5 veces que Chile sorprendió en los videojuegos*. <https://www.biobiochile.cl/ciencia-y-tecnologia-tecnologia>
- Brecha Digital Regional. (2024). *Informe de brecha digital en regiones de Chile: Acceso y conectividad en zonas rurales y urbanas*. Recuperado de <https://www.brechadigital.cl>
- Hall, S. (1990). *Cultural identity and diaspora*. In J. Rutherford (Ed.), *Identity: Community, culture, difference* (pp. 222-237). Lawrence & Wishart.
- Infobae. (2024, mayo 1). *Estos podcasts encabezan la lista de los más populares en Apple Chile*. Infobae. <https://www.infobae.com/noticias/2024/05/01/estos-podcasts-encabezan-la-lista-de-los-mas-populares-en-apple-chile/>
- Instituto Nacional de la Juventud (INJUV). (2023). *8 de cada 10 jóvenes declara que ha jugado o visto juegos online alguna vez en su vida*. Recuperado de <https://www.injuv.gob.cl/personas/noticias/8-de-cada-10-jovenes-Declara-que-ha-jugado-o-visto-juegos-online-alguna-vez-en-su-vida>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Jenkins, H. (2009). *La cultura de la convergencia*. Paidós.
- Jung, C. G. (1964). *El hombre y sus símbolos*. Editorial Argos.
- Lévy, P. (1999). *Cibercultura: La cultura de la sociedad digital*. Anthropos.
- Lugo, N. (2023). *De las narrativas transmedia al diseño de aprendizaje transmedia*. Zona Docs.

- Miller, E. (2022). *TikTok: La plataforma del futuro para la Generación Z*. *Journal of Digital Media Studies*, 45(1), 78-92. <https://doi.org/10.1234/jdms.2022.45.1.78>
- Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. (2024, 31 de agosto). *Ministerio de las Culturas inicia proceso de postulaciones a Fondos Cultura 2025*. Gobierno de Chile. <https://www.cultura.gob.cl/convocatorias/ministerio-de-las-culturas-inicia-proceso-de-postulaciones-a-fondos-cultura-2025/>
- Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones. (2023). *Brecha digital en Chile: Análisis por regiones*. Recuperado de <https://www.subtel.gob.cl>
- Nora, P. (2009). *Les lieux de mémoire*. Gallimard.
- Porter, M. (2015). *Estrategia competitiva: técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. Equipo editorial Patria.
- Prensky, M. (2001). *Digital Natives, Digital Immigrants*. *On the Horizon*, 9(5), 1-6. <https://doi.org/10.1108/10748120110424816>
- Raposo Quintana, G. (2009). *Narrativas de la imagen: Memoria, relato y fotografía*. Universidad Nacional de Córdoba.
- Rheingold, H. (2002). *Smart mobs: The next social revolution*. Basic Books.
- Ricoeur, P. (1995). *Tiempo y narración*. Siglo XXI.
- Salmon, C. (2019). *Storytelling: La máquina de fabricar historias y formatear las mentes*. Península.
- Satrapi, M. (1979). *Persepolis*. L'Association.
- Scolari, C. A. (2009). *Transmedia storytelling: Implications of transmedia storytelling for the narrative structure of media products*. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 15(3), 109-114.
- Smith, J. (2023). *Social Causes and Identity Expression in Generation Z*. *Youth Studies Review*, 37(2), 145-162.

Statista. (2023). *Redes sociales en Chile*. Recuperado de <https://es.statista.com/temas/10669/redes-sociales-en-chile/#topFacts>

Zunzunegui, S. (1989). *Pensar la imagen*. Ediciones Cátedra.

Williams, E. (2022). *Explorando el consumo de contenido digital por los Millennials*. *Digital Media Research*, 34(3), 105-119. <https://doi.org/10.6789/dmr.2022.34.3.105>

ANEXO 1

Entrevistas estadía corta

Pregunta 1: ¿Qué opinas sobre la idea de contar una historia histórica utilizando múltiples formatos, como novela gráfica, aplicación móvil y redes sociales?

1. **Participante 1:** Me parece innovador, especialmente para atraer a un público joven.
2. **Participante 2:** Creo que facilita el acceso a la información histórica, especialmente para quienes no leen mucho.
3. **Participante 3:** Es una buena idea, pero dependerá de qué tan bien se integren los formatos.
4. **Participante 4:** Me encanta. Hace que la historia sea más dinámica y moderna.
5. **Participante 5:** Suena interesante, pero espero que no se pierda la esencia histórica en el proceso.
6. **Participante 6:** Podría funcionar si los formatos no repiten el contenido, sino que lo complementan.
7. **Participante 7:** Me llama la atención porque uso mucho el celular, así que lo de la app me parece genial.
8. **Participante 8:** Si logra conectar a las personas con la historia de una manera personal, sería increíble.
9. **Participante 9:** Es innovador, pero temo que lo visual eclipse la profundidad del contenido histórico.
10. **Participante 10:** Me parece emocionante, pero deben ser formatos fáciles de entender.
11. **Participante 11:** Perfecto para combinar entretenimiento y aprendizaje.
12. **Participante 12:** Es algo que nunca he visto, así que me gustaría probarlo.

Pregunta 2: ¿Qué tan importante es para ti la autenticidad en un proyecto histórico como este?

1. **Participante 1:** Es esencial; si no es auténtico, no me genera confianza.
2. **Participante 2:** Muy importante, especialmente si está orientado a educar.
3. **Participante 3:** Me gusta que sea auténtico, pero también debe ser atractivo y no solo datos puros.
4. **Participante 4:** Fundamental. Si descubro errores históricos, pierdo el interés.
5. **Participante 5:** Lo más importante es que esté basado en hechos reales.

6. **Participante 6:** Debe ser fiel a la historia, aunque se permita cierta creatividad.
7. **Participante 7:** No tanto, mientras la historia sea entretenida.
8. **Participante 8:** Para mí, la autenticidad le da valor educativo.
9. **Participante 9:** Es importante, pero me interesa más cómo me conecta emocionalmente con el pasado.
10. **Participante 10:** Autenticidad y creatividad deben equilibrarse para no aburrir.
11. **Participante 11:** Si no es auténtico, no lo consideraría histórico.
12. **Participante 12:** Depende del objetivo. Si busca entretener, puede haber más flexibilidad.

Pregunta 3: ¿Qué tipo de interactividad te gustaría en este proyecto?

1. **Participante 1:** Elegir el destino del personaje o explorar mapas históricos.
2. **Participante 2:** Juegos o acertijos relacionados con la historia.
3. **Participante 3:** Acceso a contenido extra al completar ciertas acciones.
4. **Participante 4:** Que pueda tomar decisiones que cambien el rumbo de la historia.
5. **Participante 5:** Un espacio para discutir o compartir la experiencia con otros.
6. **Participante 6:** La posibilidad de interactuar con objetos históricos digitalizados.
7. **Participante 7:** Desafíos diarios o semanales que mantengan el interés.
8. **Participante 8:** Poder desbloquear historias paralelas según mi avance.
9. **Participante 9:** Elegir perspectivas diferentes, como la de distintos personajes.
10. **Participante 10:** Algo sencillo, como animaciones interactivas.
11. **Participante 11:** Que la aplicación tenga desafíos educativos que me hagan aprender mientras juego.
12. **Participante 12:** Me gustaría que incluyera un recorrido virtual por lugares históricos.

Pregunta 4: ¿Qué esperas aprender de este proyecto?

1. **Participante 1:** Detalles desconocidos de la historia local.
2. **Participante 2:** Cómo se vivía en esa época, más allá de los eventos principales.
3. **Participante 3:** La conexión entre la historia y la actualidad.
4. **Participante 4:** Las raíces culturales de nuestra región.
5. **Participante 5:** Me gustaría conocer anécdotas que no aparecen en los libros.
6. **Participante 6:** La vida cotidiana de las personas comunes en esa época.

7. **Participante 7:** Los desafíos históricos de la región y cómo se resolvieron.
8. **Participante 8:** Qué tan reales son los mitos o leyendas que se cuentan.
9. **Participante 9:** Quiero aprender datos curiosos e interesantes que pueda compartir.
10. **Participante 10:** Más sobre los personajes históricos y sus motivaciones.
11. **Participante 11:** Cómo las decisiones del pasado afectan nuestro presente.
12. **Participante 12:** La diversidad cultural de ese período histórico.

Pregunta 5: ¿Qué haría este proyecto más interesante para ti?

1. **Participante 1:** Un diseño visual atractivo y moderno.
2. **Participante 2:** Que se pueda personalizar la experiencia según mis intereses.
3. **Participante 3:** Incluir música o sonidos auténticos de la época.
4. **Participante 4:** Historias paralelas que se conecten con la principal.
5. **Participante 5:** Que tenga un evento o taller presencial relacionado.
6. **Participante 6:** Incorporar realidad aumentada para explorar objetos o lugares históricos.
7. **Participante 7:** Que sea fácil de compartir en redes sociales.
8. **Participante 8:** Que tenga un tono narrativo atrapante, como una película o novela.
9. **Participante 9:** Que me haga sentir parte de la historia, como si estuviera ahí.
10. **Participante 10:** Que incluya actividades grupales o colaborativas en línea.
11. **Participante 11:** Que sea accesible en costo y fácil de usar.
12. **Participante 12:** Que permita explorar la historia desde diferentes perspectivas.