

ARTIVISMO TRANSMEDIA I4 EN EL ECOSISTEMA
MEDIÁTICO: REMEDIACIÓN, REAPROPIACIONISMO Y
VIRALIZACIÓN EN LA ERA DEL PRODUSO

Carolina Fernández-Castrillo

 ORCID: 0000-0001-6108-6440

Universidad Carlos III de Madrid (03ths8210)

Contacts: carolfer@hum.uc3m.es

ABSTRACT

Al igual que las especies se adaptan, coexisten y se extinguen, los medios de comunicación evolucionan según el contexto del momento. La investigación gira en torno al papel protagonista del productor en los procesos de ecoalfabetización para promover la defensa de la biodiversidad. El desarrollo de estrategias innovadoras —desde una perspectiva estética y educomunicativa, basada en el ecosistema (post)digital— puede contribuir a generar expresiones socioculturales de vanguardia, al tiempo que se establece un entorno seguro para acceder a información que, por lo general, resulta incomprensible, ineficaz o incluso inaccesible a través de los circuitos comunicativos, culturales y pedagógicos tradicionales. El estudio presenta una nueva metodología denominada «Transmedia Artivism i4», resultado de la convergencia de la difusión de la investigación, la innovación en la educomunicación y el activismo mediático. En el caso de la promoción de la participación ciudadana para la conservación de la diversidad biológica, las prácticas de hibridación y la evolución de los medios contribuyen a reforzar la función metacomunicativa de las expresiones artísticas y socioculturales en entornos híbridos, resultado de la combinación de acciones en espacios físicos e interconectivos. La propuesta actual aboga por el potencial empoderador de las estrategias experienciales multiplataforma basadas en la reapropiación y la cocreación para informar, sensibilizar y generar acciones en defensa de la biodiversidad. A partir de la observación de la influencia del ciberactivismo junto con el culture jamming, el arte performativo, inmersivo y guerrillero, comprenderemos en qué consiste esta subcategoría del activismo mediático.

Palabras clave: activismo mediático, alfabetización ecológica, ecología mediática, *phygital*.TRANSMEDIA ARTIVISM I4 IN THE MEDIA ECOSYSTEM: REMEDIATION, REAPPROPRIATION AND VIRALISATION
IN THE AGE OF THE PRODUSO

Just as species adapt, coexist, and become extinct, media evolve according to the context of the moment. The research revolves around the leading role of the producer in eco-literacy processes to promote the defense of biodiversity. The development of innovative strategies —from an aesthetic and educommunicative perspective, based on the (post) digital ecosystem— can contribute to generating cutting-edge sociocultural expressions, while establishing a safe



environment for accessing information that is generally incomprehensible, ineffective, or even inaccessible through traditional communicative, cultural, and pedagogical circuits. The study introduces a new methodology called «Transmedia Artivism i4», resulting from the convergence of research dissemination, innovation in educommunication, and media activism. In the case of promoting citizen engagement for the conservation of biological diversity, practices of hybridization and media evolution contribute to strengthening the metacommunicative function of artistic and sociocultural expressions in hybrid environments, resulting from the combination of actions in physical and interconnective spaces. The current proposal advocates for the empowering potential of multiplatform experiential strategies based on reappropriation and co-creation to inform, raise awareness, and create action in the defense of biodiversity. Based on the observation of the influence of cyberactivism alongside culture jamming, performative, immersive, and guerrilla art, we will understand what this subcategory of media activism consists of.

Keywords: media activism, eco-literacy, media ecology, *phygital*.

1. INTRODUCCIÓN

La celebración en 1992 de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo en Río de Janeiro supuso el punto de arranque para la incorporación de nuevos conceptos en materia de biodiversidad, junto a la propuesta de medidas para garantizar la conservación del planeta, que hallaron una línea de continuidad en los denominados Objetivos del Milenio, introducidos en 2001 en Nueva York. Sin embargo, se estima que desde el 2015 al menos 36 especies se han extinguido en la UE¹ y, según la Agencia Europea de Medio Ambiente², dos tercios de aquellas protegidas en este territorio siguen teniendo un estado deficiente o incluso malo.

La Estrategia de la UE sobre Biodiversidad para 2030 consiste en evitar y reponer el daño causado, protegiendo no solo a los mamíferos, sino también preservando la variedad de flora y fauna, al incluir aves, reptiles, insectos, etc. El objetivo es que, en el año 2050, los ecosistemas del mundo sean resilientes, estén restaurados y permanezcan debidamente protegidos. Sin embargo, en su nuevo mandato, la administración de Trump ha anunciado su intención de crear un comité con el poder de vetar las medidas sobre las especies al borde de extinción³, sentando de este modo un precedente desde la creación en 1973 de la Ley de Especies en Peligro de Extinción (*Endangered Species Act*, ESA).

La concienciación acerca de la creciente pérdida de biodiversidad debido a la acción humana debería suponer una de las principales líneas de acción educativas y socioculturales para involucrar tanto a los más jóvenes como al resto de la ciudadanía. En el caso de la generación Z, la crisis medioambiental supone una de sus principales preocupaciones en la actualidad, tal y como revela la *Encuesta sobre Juventud del Eurobarómetro*⁴. El cambio climático se considera uno de los cinco factores principales en el aceleramiento de la

¹ Comisión Europea, *Estrategia de la UE sobre Biodiversidad 2030: protección de la fauna y la flora*, 3 de marzo de 2023. Recuperado de https://spain.representation.ec.europa.eu/noticias-eventos/noticias-0/estrategia-de-la-ue-sobre-biodiversidad-2030-proteccion-de-la-fauna-y-la-flora-2023-03-03_es el 8 de julio de 2025.

² Agencia Europea de Medio Ambiente, *Biodiversity: state of habitats and species*, 5 diciembre 2024. Recuperado de <https://www.eea.europa.eu/en/topics/in-depth/biodiversity?activeTab=fa515f0c-9ab0-493c-b4cd-58a32dfae0a> el 8 de julio de 2025.

Parlamento Europeo, *Pérdida de biodiversidad: ¿por qué es una preocupación y cuáles son sus causas?*, en “Noticias Parlamento Europeo”, 25 de febrero de 2025. Recuperado de <https://www.europarl.europa.eu/topics/es/article/20200109STO69929/perdida-de-biodiversidad-por-que-es-una-preocupacion-y-cuales-son-sus-causas> el 8 de julio de 2025.

³ T. Perkins, *Trump orders likely to drive species' extinction, wildlife advocates warn*, en “The Guardian”, 11 de marzo de 2025. Recuperado de <https://www.theguardian.com/us-news/2025/mar/11/trump-wildlife-agencies-species-extinction> el 8 de julio de 2025.

⁴ Parlamento Europeo, *El coste de la vida y el medio ambiente son las principales preocupaciones de los jóvenes en la Unión Europea*, en “Noticias Parlamento Europeo”, 17 de febrero de 2025. Recuperado de

desaparición de la biodiversidad a escala mundial, «(...) junto con la pérdida de hábitats, la sobreexplotación, la contaminación y las especies exóticas invasoras»⁵.

La presente investigación ahonda en la búsqueda de nuevas fórmulas expresivas para tender puentes intergeneracionales en la búsqueda de estrategias que promuevan el conocimiento, la concienciación y la acción social con el fin de preservar y proteger la biodiversidad de nuestro planeta. Para alcanzar dicho fin, se establece un marco epistemológico centrado en la evolución del ecosistema mediático desde el reapropiacionismo cultural, el ciberactivismo y la comunicación transmedia. De este modo, se enfatiza la importancia del artivismo mediático, tanto en el contexto cultural como en el educativo, por su capacidad para impulsar cambios conductuales y sociales.

El objetivo principal de este estudio consiste en explorar el potencial movilizador de la aplicación del artivismo y las estrategias participativas intermediales en el aprendizaje experiencial para promover un escenario global e intergeneracional sensible a la necesidad de cambios profundos en nuestros estilos de vida. El estudio sirve de marco para la presentación de la metodología educomunicativa denominada «artivismo transmedia i4», que se fundamenta en la aplicación de los principios de intermedialidad, inmersión, interactividad e intercreatividad al ámbito formativo. Se trata de un método implementado por la autora, resultante del influjo de algunas de las tendencias fundamentales de la vanguardia comunicativa, artística y activista desde principios del siglo XX hasta la actualidad.

2. REMEDIACIÓN O INFLUENCIA DE LA BIODIVERSIDAD EN EL ECOSISTEMA MEDIÁTICO

En la década de los años sesenta, McLuhan⁶ introdujo la expresión «ecología de medios» para referirse a la evolución e interrelación entre los medios de comunicación, sus tecnologías aplicadas y las prácticas culturales resultantes. Dicho planteamiento adopta como fuente de inspiración el concepto de «biodiversidad», sosteniendo que en el contexto mediático se reproducen los patrones evolutivos, de hibridación e incluso de extinción existentes entre la amplia variedad de seres vivos en nuestro planeta. En 1968, Postman presentó aquella teoría en el National Council of Teachers of English definiéndola como «el estudio de los medios de comunicación en cuanto los entornos: su estructura, contenido e impacto sobre la gente»⁷. Su contribución a la consolidación de esta metáfora ecológica en el ámbito académico derivó en la fundación del Programa de Ecología de los Medios en la New York University en 1971 y la creación de una prolífica línea de investi-

<https://www.europarl.europa.eu/news/es/press-room/20250210IPR26795/coste-de-la-vida-y-medio-ambiente-lo-que-mas-preocupa-a-los-jovenes-en-la-ue> el 8 de julio de 2025.

⁵ Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, *Biodiversidad y cambio climático*, s.f. Recuperado de <https://www.miteco.gob.es/es/biodiversidad/temas/conservacion-de-la-biodiversidad/biodiversidad-y-cambio-climatico.html> el 8 de julio de 2025.

⁶ M. McLuhan, *The Gutenberg galaxy: The making of typographic man*, University of Toronto Press Toronto 1962 (edición en castellano: *La galaxia Gutenberg* 1975).

⁷ N. Postman, *The reformed English Curriculum*, en A. C. Eurich (ed.), *High school 1980: The shape of the future in american secondary education*, Pittman Nueva York 1970, pp. 160-168.

gación⁸, que también tuvo continuidad y perdura desde la Escuela de Toronto. Tal y como sostiene Scolari⁹, las obras de investigadores, como Mumford, Ellul, Giedion, Innis, Havelock, Whorf, Langer, y muchos otros, marcaron profundamente las concepciones de Postman y McLuhan.



Fig. 1. Marshall McLuhan, retrato de medio cuerpo, de pie, apoyado en un televisor en el que aparece su imagen
Fuente: fotografía de Bernard Gotfryd, 1967. Wikimedia. Recuperado de https://cs.wikipedia.org/wiki/Soubor:Marshall_McLuhan_with_and_on_television.jpg el 8 de julio de 2025.

La institucionalización de la ecología mediática culminó en el año 2000, con la primera conferencia de la Media Ecology Association (MEA) en la Fordham University de Nueva York. Posteriormente, Scolari¹⁰ enriqueció esta metáfora ecológica con dos interpretaciones basadas en los medios como ambientes y como especies. En el primer caso, se centró en que las tecnologías crean ambientes que afectan a los individuos que las utilizan, afectando a sus modelos perceptivos y cognitivos. Por otro lado, planteó que cada medio se asemeja a una especie que cohabita con otras que también transitan los cambios del ecosistema. Desde su página web, Scolari aclara que «Esta interpretación de la metáfora ecológica podría definirse como la dimensión intermedial de ecología de los medios. En esta interpretación, los medios de comunicación son como «especies» que viven en el mismo ecosistema y establecen relaciones entre sí»¹¹.

⁸ L. Strate, *Understanding MEA*, en “Media Res”, VII/1, 1999, pp. 1-2.

L. Strate, *A media ecology review*, en “Communication Research Trends”, XXIII/2, 2004, pp. 3-48.

L. Strate, *Studying media as media: McLuhan and the media ecology approach*, en “Media Tropes eJournal”, I, 2008, pp. 127-142.

C. M. K. Lum, *Notes toward an intellectual history of media ecology*, en C. M. K. Lum (ed.), “Perspectives on culture, technology, and communication. The media ecology tradition”, Hampton Press Cresskill 2006, pp. 1-60.

W. Ong, *Orality and literacy: The technologizing of the word*, Methuen Nueva York 1982.

⁹ C. A. Scolari, *Los ecos de McLuhan: ecología de los medios, semiótica e interfaces*, en “Palabra Clave”, 18(3), 2015, pp. 1025-1056. Recuperado de <https://doi.org/10.5294/pacla.2015.18.4.4> el 8 de julio de 2025.

¹⁰ C. A. Scolari, *Ecología de los medios: entornos, evoluciones e interpretaciones*, Gedisa, Barcelona 2015.

¹¹ C. A. Scolari, *Ecología de los medios: entornos, evoluciones e interpretaciones*, en “Hipermediaciones”, 12 de febrero de 2015. Recuperado de <https://hipermediaciones.com/2015/02/12/ecologia-de-los-medios/> el 8 de julio de 2025.

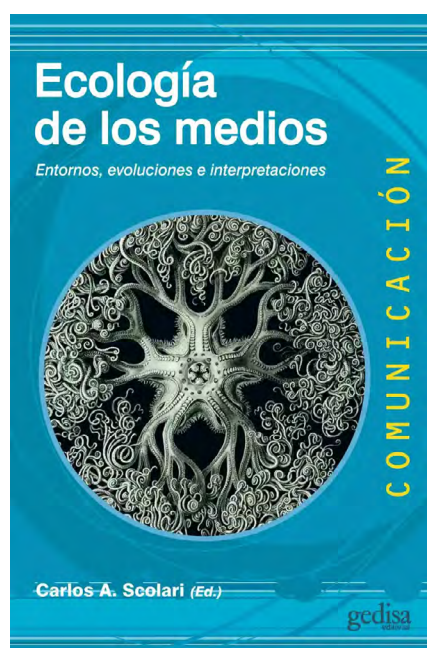


Fig. 2. Portada de *Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones* (2015).

Fuente: página web de Carlos Scolari. Recuperado de <https://hipermediaciones.com/2015/02/12/ecologia-de-los-medios/> el 8 de julio de 2025.

En relación con esta última posibilidad, cabe destacar el importante papel de Bolter y Grusin mediante la formulación de la teoría de la remediación¹² que describe cómo cualquier nuevo medio halla su propia esencia imitando, rindiendo tributo o incluso superando a los anteriores. Así como el medio fotográfico lo hizo con la pintura, posteriormente sería el cine el que lo haría con la fotografía y, después, la televisión con el medio cinematográfico. En esa larga cadena de préstamos y también como actualización de los medios anteriores, llegamos a la incorporación del metacódigo binario, quintaesencia de los medios digitales¹³ y razón principal por la que en la actualidad ya no es un medio aislado el que predomina, sino que todos interactúan, condicionándose mutuamente.

El principio de la remediación se asemeja a la riqueza de la biodiversidad, en la que una amplia variedad de seres vivos y ecosistemas conviven, readaptándose a las circunstancias de cada momento, evolucionando, resistiendo o existiéndose, tal y como sucede en la ecología mediática. En la introducción de su célebre *La comprensión de los medios* (*Understanding Media*), McLuhan (1964) sostenía que el «contenido» de cualquier medio siempre es, a su vez, otro medio distinto, pues «ningún medio adquiere su significado o existencia solo, sino exclusivamente en interacción constante con otros medios»¹⁴. A diferencia de otros teóricos, Bolter y Grusin sostienen que «(...) como sus precursores, los medios digitales nunca llegarán a ese estado de trascendencia, sino que funcionarán en una dialéctica constante con los medios anteriores, exactamente

¹² D. J. Bolter y R. Grusin, *Remediation*, Mit Press Cambridge 1999.

¹³ P. Weibel, *La condición postmedial*, en AA.VV., *La condición postmedia*, Centro Cultural Conde Duque Madrid 2006, pp. 6-15.

C. Fernández-Castrillo, *La condición postmedia: nuevas posibilidades narrativas en la era digital*, en A. N. Martínez Díaz y E. Navío Castellano, *Literaturas de la (pos)modernidad*, Fragua Madrid 2009, pp. 163-178.

¹⁴ M. McLuhan, *Understanding media: The extensions of man*, New American Library, Nueva York 1964 (edición en castellano: *Comprender los medios* 1975), p. 43.

igual que cada medio lo hizo cuando se introdujo»¹⁵. En efecto, los nuevos medios pueden contribuir a la renovación de los precedentes, generando así un caldo de cultivo intermedial con grande potencial creativo al retroalimentarse mutuamente.

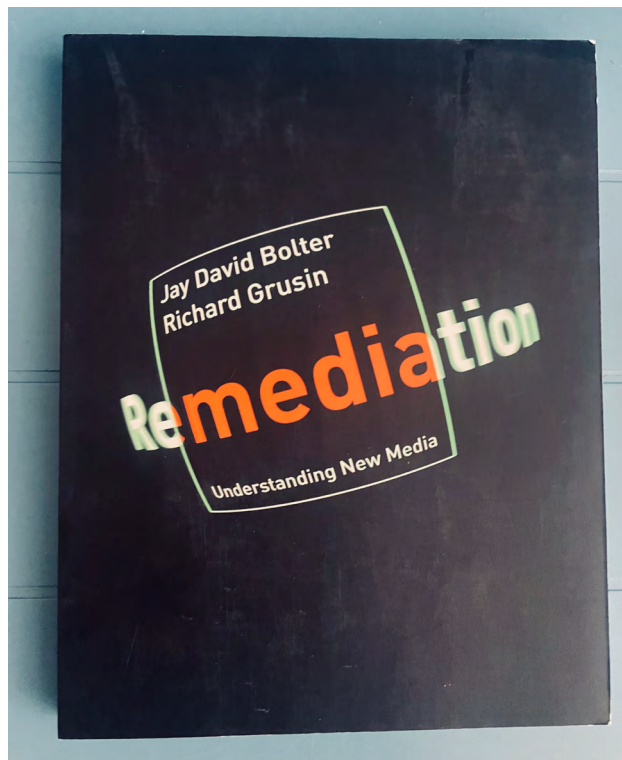


Fig. 3. Portada de Remediation. Understanding New Media (1999).
Fuente: fotografía de Carolina Fernández-Castrillo.

Junto a los principios de inmediatez transparente e hipermediación, señalados por Bolter y Grusin, también cabe destacar la hibridación como eje sustentador de la convergencia mediática, principal seña de identidad de los proyectos multiplataforma a comienzos del siglo XX. La potenciación de la cultura del *remix* a partir de la convivencia entre distintos medios y disciplinas artísticas sigue aún hoy en día representando uno de los principales desafíos para ontólogos y defensores del copyright en la industria cultural. Como veremos a continuación, otra de las características más originales de los medios (post)digitales en entornos conectivos consiste en la actualización del modelo comunicativo de Shannon y Weaver¹⁶ mediante la superación de la lógica lineal y la consiguiente irrupción de la figura del produsuario como gran heredero de la cultura 2.0.

¹⁵ D. J. Bolter y R. Grusin, *Inmediatez, hipermediación, remediación*, en "CIC. Cuadernos de Información y Comunicación", XVI, 2011, p. 55. Recuperado de https://doi.org/10.5209/rev_CIYC.2011.v16.2 el 8 de julio de 2025.

¹⁶ C. E. Shannon, *A mathematical theory of communication*, en "The Bell System Technical Journal", XXVII/3, julio de 1948, pp. 379-423. Recuperado de <https://doi.org/10.1002/j.1538-7305.1948.tb01338.x> el 8 de julio de 2025.

3. *PRODUSO*: EL REAPROPIACIONISMO COMO ESTRATEGIA CREATIVA

A raíz de que en 2004 O'Reilly¹⁷ y Dougherty popularizasen el concepto «web 2.0» —introducido previamente por DiNucci en 1999—, fuimos testigos del salto de la cultura de la convergencia a la participativa¹⁸, esta última basada en el poder de la inteligencia colectiva¹⁹.

La web social está íntimamente ligada al principio de la intercreatividad²⁰ al regirse por dinámicas colaborativas y en el papel protagonista del contenido generado por el usuario (CGU)²¹. La función ejercida por el «produsuario» y la «produsuaría» —término introducido oficialmente por Bruns en el 2008²²— supone la evolución natural y posterior confluencia de los roles de productor y usuario, siguiendo la estela de Toffler²³, derivando en la progresiva extinción de los consumidores y usuarios finales, tal y como señalaba el propio Bruns en 2006:

El concepto de *produso* destaca que dentro de las comunidades que participan en la creación y extensión colaborativa de información y conocimiento (...) el papel de consumidor e incluso el de usuario final ha desaparecido hace tiempo, y las distinciones entre productores y usuarios de contenido se han desvanecido hasta alcanzar una insignificancia comparativa (...) los usuarios ya son necesariamente también productores de la base de conocimiento compartido, independientemente de si son conscientes de este rol - se han convertido en un nuevo produsuario híbrido. Cuatro principios clave se aplican en todos los entornos de *produso*, independientemente del objeto específico de sus esfuerzos colaborativos:

1. Participación abierta, evaluación comunitaria.
2. Eterarquía fluida, meritocracia *ad hoc*.
3. Artefactos inacabados, proceso continuo.
4. Propiedad común, recompensas individuales.²⁴

¹⁷ T. O'Reilly, *What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software* en "O'Reilly Media", 30 de septiembre de 2005. Recuperado de <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html> el 8 de julio de 2025.

¹⁸ H. Jenkins, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York University Press, Nueva York y Londres 2006.

H. Jenkins, M. Ito y D. Boyd, *Participatory Culture in a Networked Era: A Conversation on Youth, Learning, Commerce, and Politics*, Polity Press Cambridge 2016.

¹⁹ P. Lévy, *L'Intelligence collective*, La Découverte París 1994.

²⁰ T. Berners-Lee, *Realising the full potential of the web*, en "W3C", 1997. Recuperado de <http://www.w3.org/1998/02/Potential.html> el 8 de julio de 2025.

T. Berners-Lee, *Weaving the Web*, HarperCollins Nueva York 1999.

²¹ C. Fernández-Castrillo, *Transmedia Practice in Prosumer Age. Toward a Definition of User Generated Content (UGC)*, en "CIC. Cuadernos de Información y Comunicación", XIX, 2014, pp. 53-67. Recuperado de https://doi.org/10.5209/rev_CIYC.2014.v19.43903 el 8 de julio de 2025.

²² Con anterioridad a la presentación oficial del libro *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage* en febrero de 2008, el neologismo «produsuario» fue adelantado en un post el 29 de diciembre de 2007 como acto inaugural de la web *produsage.org*. *From production to Produsage: Research into User-Led Content Creation* por Snurb, alias Axel Bruns. E incluso antes, pues la definición que se incluye en la presente investigación procede de un post publicado por Bruns el 25 de marzo de 2006 en su *Snurblog*.

Snurb, *Producers and Produsage*, en "Snurblog", 25 de marzo de 2006. Recuperado de <https://snurb.info/produsage> el 8 de julio de 2025.

Snurb, *Welcome to Produsage.org*, en "Produsage.org", 29 de diciembre de 2007. Recuperado de <https://produsage.org/home> el 8 de julio de 2025.

A. Bruns, *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage*. Peter Lang Nueva York 2008.

²³ A. Toffler, *La tercera ola*, Plaza & Janés Bogotá 1980.

²⁴ Traducción realizada por la autora de la presente investigación. A lo largo del texto, el término «produso» aparece en cursiva al ser una nueva fórmula para traducir el anglicismo «produsage» que difiere de la actualmente más extendida «producción» en el contexto hispanohablante. La integración cotidiana de dinámicas basadas en los CGU requiere la incorporación y popularización a mayor escala de un término menos farragoso que describa la acción del produsuario y la produsuaría en la sociedad (post)digital. Junto a la mayor proximidad al latín «usus», el término «uso» acoge un mayor abanico de significados que van más allá de la idea de que algo resulte «útil» y de la mera «Acción y efecto de utilizar» que describe el término «utilización».

Tras la progresiva integración de las dinámicas cocreativas y la popularización del *crowdsourcing* en entornos interconectivos, en la actualidad el *proceso* plantea nuevos desafíos, desde el potencial discursivo inherente a los procesos de creación y viralización de contenidos basados en el *culture jamming*, así como una latente amenaza al poder llegar a instrumentalizarse los mecanismos propios de la inteligencia colectiva con fines propagandísticos.

El reapropiaciónismo constituye la tendencia narrativa y sociocultural de mayor impacto en la tercera década del siglo XXI, sea en términos creativos que de desinformación como arma de guerra político-social. Con relación a esta última posibilidad, cabe destacar la descontextualización de contenidos preexistentes con la intención de informar erróneamente mediante el engaño o, incluso, la introducción del concepto de «falsa fuente colectiva» para describir aquellas estrategias de manipulación consistentes en adulteración de los CGU mediante «(...) la apropiación de la web social por parte de las fuentes institucionales para reforzar sus mensajes mediante la colonización del quinto poder»²⁵.



Fig. 4. Poster del taller “The Biodiversity Collage Singapore”, Singapur 2025.

Fuente: Jalan Pinang. Recuperado de <https://www.eventbrite.com/e/biodiversity-collage-jalan-pinang-tickets-819928978647> el 8 de julio de 2025.

Por otro lado, desde la arqueología mediática, vemos cómo el inmenso potencial artístico de la recontextualización de materiales preexistentes fue inmediatamente identificado por las vanguardias históricas a principios del siglo XX. De hecho, el *collage* surge de forma prácticamente inmediata bajo el influjo del montaje cinematográfico en las disciplinas artísticas anteriores, un claro ejemplo de remediación al reflejar el rápido impacto del séptimo arte en la pintura, la música o la literatura, entre muchas otras. Mientras Verdone²⁶ consideró al montaje cinematográfico como el mejor regalo que el siglo XX hizo al mundo del arte, Lanham²⁷ vio en el *collage* la técnica central del arte visual de la última centuria. Bolter

Real Academia Española, *Diccionario de la lengua española*, 23ª ed., [versión 23.8 en línea], 2014. Recuperado de <https://dle.rae.es/utilizaci%C3%B3n> el 8 de julio de 2025.

²⁵ C. Fernández-Castrillo y C. Ramos, *Social web and photojournalism: User-generated content of the Russo-Ukrainian war [Web social y fotoperiodismo: Contenido generado por el usuario en la guerra ruso-ucraniana]*, en “Comunicar”, LXXVII, 2023, p. 93. Recuperado de <https://doi.org/10.3916/C77-2023-07> el 8 de julio de 2025.

²⁶ M. Verdone, *Cinema e letteratura del futurismo*, Manfrini Trento 1990.

²⁷ R. A. Lanham, *The Electronic Word: Democracy, Technology, and the Arts*, University of Chicago Press Chicago 1993. Re-

y Grusin reflexionan acerca del posicionamiento del espectador frente al *collage* y a la lógica de la hipermediación²⁸.

Un espectador ante un *collage*, por ejemplo, oscila entre mirar los distintos elementos pegados en la superficie de la obra o mirar a través de los objetos ilustrados como si ocuparan un espacio real más allá de dicha superficie. Lo que caracteriza al arte moderno es la insistencia en que el espectador regrese a la superficie de la obra, o en casos extremos, intentar mantener al espectador en la superficie de la obra indefinidamente. En la lógica de hipermediación, el artista (o el programador multimedia, o el diseñador de web) intenta que el espectador reconozca el medio en tanto medio, y que se deleite en dicho reconocimiento.

En 2005, la revista *Wired* dedicó su edición de julio a explorar el «Remix Planet» para ilustrar cómo el remezclar se estaba transformando en un fenómeno en expansión desde el ámbito musical hacia otros contextos, como el audiovisual, literario e informático. En respuesta a la interrogante ¿dónde situar el *remix*, actividad colectiva en red que busca la reappropriación y reelaboración de la textualidad digital?, en 2012, Fabbri²⁹ señaló que la innovación ya no se encontraba del lado del autor/producto/distribuidor, sino que residía en la creación colectiva gracias a la World Wide Web. De acuerdo con Manovich³⁰, el concepto de «remix» ha adquirido una amplitud conceptual superior a la del «apropiacionismo», que permanece vinculado a sus raíces artísticas de la década de los años ochenta. El teórico ruso señala que, aunque el *remix* está oficialmente reconocido en la industria musical, en otros contextos culturales se ve aún como una infracción de los derechos de autor.

El *remix*, entendido como crisol, implica la reutilización de artefactos culturales preexistentes para generar fórmulas expresivas innovadoras mediante un amplio abanico de combinaciones. De acuerdo con Gibson³¹, se trata de la auténtica esencia de lo digital y, según Knobel y Lankshear, la distinción entre la naturaleza analógica y digital del *remix* resulta fundamental para establecer una cultura robusta y democrática, al constituir la base de la nueva escritura popular. En efecto, la cultura surge como resultado de una larga cadena de apropiaciones y remediaciones entre lo novedoso y lo preexistente. Algo similar a lo que sucede con el lenguaje, mediante el cual «remezclamos los significados cada vez que tomamos una idea, un artefacto o una palabra y la integramos en lo que estamos diciendo, haciendo o siendo en ese momento»³².

cuperado de <https://doi.org/10.7208/9780226469126-004> el 8 de julio de 2025.

²⁸ Ivi, 2011, p. 48.

²⁹ P. Fabbri, *La era remix*, en «Revista de Occidente», CCCLXX, 2012, pp. 5-11.

³⁰ L. Manovich, *What comes after remix?*, en «Manovich», 2007. Recuperado de <https://manovich.net/index.php/projects/what-comes-after-remix> el 8 de julio de 2025.

³¹ W. Gibson, *God's Little toys. Confessions of a cut & paste artist*, en «Wired», 1 de junio de 2005. Recuperado de <https://www.wired.com/2005/07/gibson-3/> el 8 de julio de 2025.

³² M. Knobel y C. Lankshear, *Remix: la nueva escritura popular*, en «Cuadernos Comillas», I, 2011, p. 107.

Tanto este párrafo como el anterior son una reformulación de la genealogía de la cultura del *remix* publicada en 2023 en el artículo en el que introduce la definición de *mash-upativismo*, cuya metodología educucomunicativa había sido previamente publicada.

C. Fernández-Castrillo y C. Rogel, *Vernacular Creativity in the Digital Age: Teaching Advertising Communication in Connective Environments [La creatividad vernácula en la era digital: enseñanza de la comunicación publicitaria en entornos conectivos]*, en «Revista ICONO 14. Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes», XX(1), 2022, pp. 1-15. Recuperado de <https://doi.org/10.7195/ri14.v20i1.1700> el 8 de julio de 2025.

C. Fernández-Castrillo, C. Rogel, y S. J. Romero Martínez, *El mash-up como recurso educucomunicativo para la concienciación social sobre feminismo*, en «ArtsEduca», XXXII, 2023, pp. 177-192. Recuperado de <https://doi.org/10.6035/artseduca.6339> el 8 de julio de 2025.



Fig. 5. Portada de la revista Wired de julio de 2005. Fuente: Damon Albarn Unofficial Archive. Recuperado de <https://damonalbarnunofficial.wordpress.com/2013/08/03/wired-magazine-july-2005/> el 8 de julio de 2025.

La evolución en las prácticas de remezcla conlleva un ejercicio de territorialización y desterritorialización³³ que permite reflexionar acerca de la condición del propio medio —en términos intermediales— y su potencial para la denuncia social —desde una perspectiva activista—. Desde el movimiento situacionista, hallamos el galicismo *détournement* o desvío, consistente en la distorsión del uso y significado del mensaje original con el fin de promover una lectura crítica.

Los procesos de resignificación y recontextualización, junto a la herencia de la cultura del *remix*, constituyen los pilares para la formulación del *mash-uptivismo*. Esta subcategoría del artivismo mediático surge a modo de síntesis y actualización del principio de intercreatividad y de la lógica reapropiacionista para fomentar la concienciación cívica por parte de los prousuarios desde la activación de estrategias de innovación artística.

4. EL MASH-UP TIVISMO Y LA VIRALIZACIÓN EN ENTORNOS CONECTIVOS

La disrupción de las narrativas hegemónicas para representar perspectivas marginales y fomentar la inclusión o la diversidad encuentra un amplio espacio expresivo en el ámbito de la cibercultura, caracterizada por prácticas intercreativas donde los prousuarios recontextualizan e interpretan discursos populares del imaginario colectivo, basándose en el aprendizaje de la cultura *fandom*, en ídolos y arquetipos mediáticos. Al igual que Peverini sostiene que la cultura del *remix* es «uno de los métodos más populares de

³³ R. Chidgery, *Feminist protest assemblages and remix culture*, en G. Meikle (ed.), *The Routledge Companion to Media and Activism*, Routledge Nueva York 2018, pp. 196-204.

activismo mediático»³⁴, podemos decir que también se erige como barómetro del grado de libertad de la sociedad del momento.

Este enfoque resulta próximo a la línea de acción de Lessig —creador e impulsor de la iniciativa Creative Commons y uno de los mayores defensores de la cultura abierta— al plantear la distinción entre dos tipos de participación cultural: la cultura de solo lectura (*Read Only Culture* o RO) y la cultura de lectura-escritura (*Read-Write Culture* o RW). Según este tecnólogo, la experiencia del *remix* se enmarca en esta última opción como condición indispensable para la libertad y el enriquecimiento cultural en base a un planteamiento que nos remite nuevamente a la ecología mediática bajo el influjo de la biodiversidad, al sugerir que «Una sociedad que defiende los ideales de la cultura libre debe preservar precisamente la oportunidad de que la nueva creatividad amenace a la antigua»³⁵.

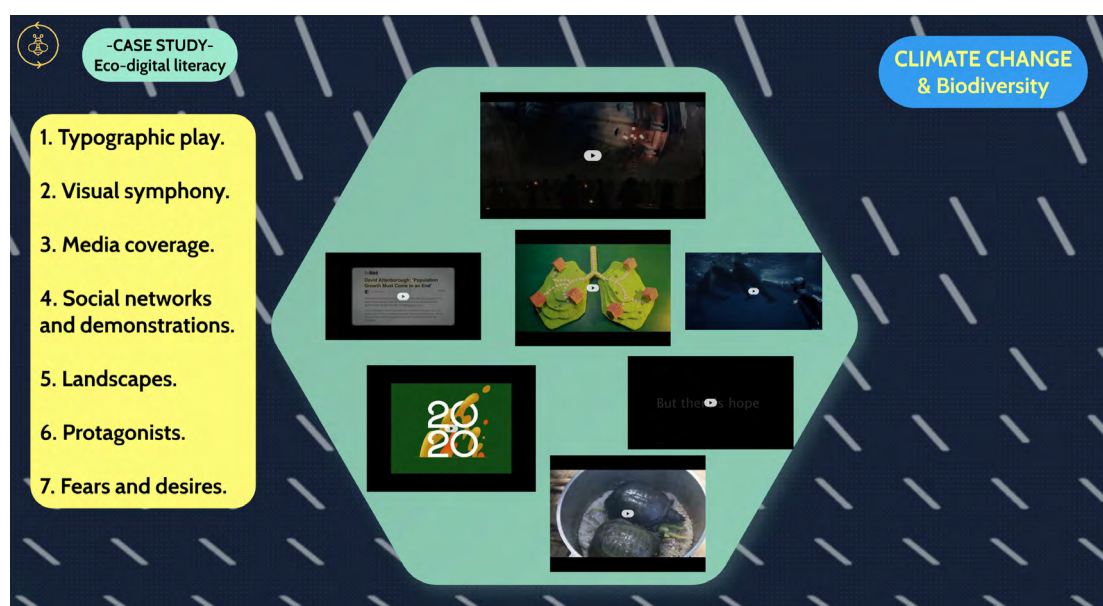


Fig. 6. Artivismo transmedia i4. Captura de pantalla de una selección de clips mash-upativistas sobre ecoalfabetización en biodiversidad. Digital Media Culture, 2022-2023 (IE). Fuente: Carolina Fernández-Castrillo.

Actualmente, los más jóvenes ejercitan diariamente el reapropiacionismo fuera de los circuitos académicos, mediante el intercambio de diversos recursos a través de las plataformas y redes sociales —tanto propios como ajenos—, implementando procesos de creatividad vernácula a través del pensamiento colectivo y la acción social. Las nuevas generaciones contribuyen así a la evolución del ecosistema mediático, incorporando de manera innata las dinámicas sociodigitales en su aprendizaje y en su formación cívica mediante el fomento del pensamiento creativo y lateral, enriqueciendo así el aprendizaje adquirido desde el aula.

De este modo, los estudiantes-produsuarios fortalecen su autonomía al asumir un papel activo en su proceso educativo, mientras contribuyen al cambio social mediante una intervención directa en la realidad que estudian. Es, por ende, imperativo integrar en la enseñanza los procesos inherentes a las dinámicas de interrelación social, adquisición de conocimiento e intercambio de información en las redes sociodigitales.

³⁴ P. Peverini, *Remix Practices and Activism: A Semiotic Analysis of Creative Dissent*, en E. Navas, O. Gallagher y xtine burrough (eds.), *The Routledge Companion to Remix Studies*, Routledge Nueva York 2015, p. 335.

³⁵ Traducción realizada por la autora de la presente investigación.

L. Lessig, *Free culture: How big media uses technology and the law to lock down the culture and control creativity*, The Penguin Press Nueva York 2004, p. 133.

La introducción del *mash-uptivismo* como estrategia educomunicativa persigue la construcción de un espacio público oposicional desde donde combatir las injusticias, las asimetrías de poder o la violencia simbólica. Desde su rol de produsuarios, los creadores de los *mash-ups* —clips basados en la técnica del *collage* audiovisual, fruto de remezclar contenidos preexistentes— crean un altavoz para la gente común mediante el desarrollo de su capacidad creativa, resignificando el conocimiento colectivo y la cultura popular con relación a determinados aspectos de interés social desde una perspectiva artivista.

Introducimos el concepto de *mash-uptivismo* como evolución natural de la práctica del *remix* a partir de la reutilización de contenidos preexistentes en entornos conectivos y la incorporación de materiales propios para la elaboración de montajes audiovisuales originales con el fin de fomentar la concienciación cívica sobre las causas sociales objeto de interés en las producciones resultantes.³⁶

En el ecosistema (post)digital se pueden observar hibridaciones, resignificaciones e intertextualidades que reflejan la evolución de los mecanismos de producción, distribución y consumo de contenidos. Tal y como sostiene Sonvilla-Weiss, «La combinación de las prácticas del *remix* y del *mash-up* pueden considerarse como una membrana oscilante coevolutiva del contenido generado por el usuario (medios conversacionales) y los medios de comunicación de masas»³⁷.

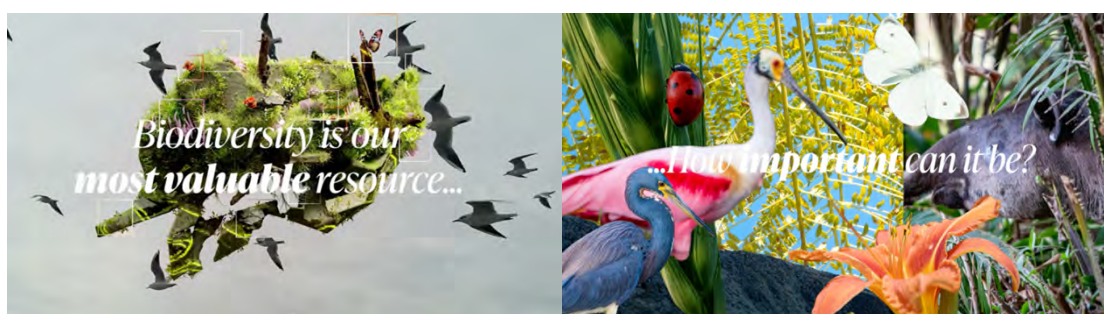


Fig. 7 y 8. Captura de pantalla de ejemplo de *mash-uptivismo* sobre biodiversidad. Intercreativity and Emerging Media, 2023-2024 (IE). Fuente: Hoda Ahdab coordinada por Carolina Fernández-Castrillo.

La integración del *mash-uptivismo* en el ámbito educativo busca fomentar la concienciación cívica mediante la creación de discursos originales a través de la intercreatividad y la reutilización de materiales previos con el fin de promover la acción social en entornos (post)digitales colaborativos. En esta práctica de ciberartivismo, la viralización de los *mash-ups*³⁸ a través de las plataformas y redes sociales consiente alcanzar un impacto que va más allá del aula, actuando de forma directa sobre la realidad objeto de estudio. El uso protagónico de *memes* y la reproducción o resignificación de tendencias virales, presentes en este tipo de producciones, nos aproxima a las metáforas de «infección» y «contaminación» empleadas para describir la propagación de contenidos populares a través de la red.

³⁶ C. Fernández-Castrillo, C. Rogel, y S. J. Romero Martínez, 2023: 191. Para una mayor profundización sobre la introducción del *mash-uptivismo* por parte de la autora —tanto sobre su origen como acerca de la metodología y los resultados obtenidos— se recomienda consultar el artículo citado. También se sugiere revisar la propuesta de integración del *design-lateral visual thinking* y el *found footage* en procesos de creatividad vernácula mediante el uso del *mash-up* planteados en C. Fernández-Castrillo y C. Rogel, 2022.

³⁷ S. Sonvilla-Weiss, *Mashup cultures*, Springer Viena y Nueva York 2010, p. 9.

³⁸ Se facilita acceso al canal de Youtube de la autora desde donde se puede acceder a una selección de los proyectos *mash-uptivistas* y de artivismo transmedia i4 sobre biodiversidad y crisis climática realizados junto al estudiantado de diversos programas formativos de grado y postgrado. C. Fernández-Castrillo, @CFCASTRILLO, 2025. Recuperado de <https://www.youtube.com/@CFCASTRILLO> el 8 de julio de 2025.

Rushkoff fue quien acuñó el término «medios virales» en 1994³⁹ y Parikka profundizó en este concepto desde su propuesta de aplicar los conocimientos de la biología y biodiversidad al estudio de la cultura digital⁴⁰. Este arqueólogo mediático analiza cómo las formas de organización social de los insectos han sido adoptadas como modelo para estructurar las tecnologías mediáticas modernas y la sociedad en red. En efecto, gracias a la superación del antropocentrismo, la imitación de los procesos de inteligencia distribuida presentes en el mundo natural sigue siendo una inagotable fuente de inspiración tanto en el análisis de los procesos socioculturales actuales y en la revisión del papel de los medios de comunicación de masas, como en la generación de nuevos escenarios de interacción y creación artística contemporánea.

5. ARTIVISMO TRANSMEDIA I4

Desde sus orígenes, el arte ha estado ligado a su función comunicativa para dar voz a realidades conocidas, anheladas o temidas, ensoñaciones de lo futuro, lo desconocido o lo imposible, rememorando el pasado y también como medio de denuncia, sanación y catarsis colectiva. El activismo, por tanto, está presente de forma potencial en toda creación artística, y puede ser activado o no, en función de los objetivos de la autora o autor a través de su obra. En cuanto al neologismo «artivismo», es el resultado de la hibridación de los términos «activista» y «artista» y se empleó por primera vez en 1997 para definir las experiencias constataorias del grupo de artistas chicanos Big Frente Zapatista, cuyo origen se remonta a finales de los años sesenta con la aparición de casos de arte comunitario basado en proyectos de intervención artística en contextos, situaciones o espacios específicos, como es el caso de los murales. Sin ser los primeros ni los únicos, sí que fueron quienes dieron a conocer este tipo de expresiones como ejemplos de resistencia o indisciplina creativa, integrados en los movimientos de protesta social con el fin de denunciar injusticias, condenar el abuso de poder o acontecimientos pasados, desconocidos u olvidados.



Fig. 9. El activista Herbert Rodríguez en el campus de la Universidad Mayor Nacional San Marcos frente a uno de sus murales Arte-Vida (1989). Fuente: Arte al día internacional. Recuperado de <https://es.arteldia.com/Noticias/PERU-EN-LA-BIENAL-DE-VENECIA-LA-PAZ-ES-UNA-PROMESA-CORROSIVA-POR-HERBERT-RODRIGUEZ> el 8 de julio de 2025.

³⁹ D. Rushkoff, *Media virus! Hidden agendas in popular culture*, Random House Digital, Inc., 1996.

⁴⁰ J. Parikka, *Digital Contagions: A Media Archaeology of Computer Viruses*, Peter Lang Nueva York 2007.

J. Parikka, *Insect Media: An Archaeology of Animals and Technology*, University of Minnesota Press 2010.

La expresividad y fuerza emocional del arte, junto con el espíritu desafiante del activismo alcanzan un mayor rango de acción con el uso de los medios y las nuevas tecnologías. Siguiendo la línea evolutiva de la integración del arte en la acción social y/o la acción social en el arte, el artivismo mediático⁴¹ consiste en aquellas prácticas artísticas de base mediática y/o tecnológica que denuncian las desigualdades con el deseo de promover un cambio social. Este tipo de obras combina el poder creativo e imaginativo del arte con la rebeldía y la insubordinación de los procedimientos activistas.



Fig. 10 y 11. Artivismo transmedia i4. Proyecto sobre biodiversidad “Vecinos invasores”. Narrativas móviles e interactivas, 2023-2024 (UC3M). Fuente: Jorge Arévalo, Joanna Giménez, Patricia Mejías, Magdalena Otsu y Jorge Rubio coordinados por Carolina Fernández-Castrillo.

⁴¹ El concepto de «artivismo mediático» fue introducido por la autora del presente artículo en 2022 en la 59ª Bienal de Arte de Venecia. Para una mayor profundización acerca de los orígenes del término «artivismo» y del concepto «artivismo mediático» se sugiere consultar el artículo C. Fernández-Castrillo y D. Mantoan, *An archaeology of media activism: attempting to draft the history of digital culture for social change*, en “Artnodes”, XXXIII, 2023, pp. 1-12. Recuperado de <https://doi.org/10.7238/artnodes.v0i33.420928> el 8 de julio de 2025, y el resto de las contribuciones del número especial “Artivismo mediático: sobre la arqueología y la historia de la cultura digital para el cambio social, que co-dirigí junto a Diego Mantoan en el número 33 de *Artnodes. Revista de arte, ciencia y tecnología* en el 2024. Asimismo, para la comprensión de los orígenes del artivismo transmedia i4 resulta especialmente relevante la siguiente investigación: C. Fernández-Castrillo, *Intermedialidad y activismo: artistas, hackers y productores*, en “Revista de Comunicação e Linguagens”, LX-LXI, 2024, pp. 189-207. Recuperado de <https://doi.org/10.34619/xdqp-bsmn> el 8 de julio de 2025.

La denuncia y la intervención directa en problemas concretos constituyen una de las características fundamentales del artivismo, ambas potenciadas desde la cocreación y la viralización. Un elemento fundamental del artivismo mediático consiste en el desarrollo de nuevas estrategias para la participación pública a través de tecnologías ampliamente difundidas y/o de vanguardia. Además del interés artístico de las obras artivistas mediáticas, es pertinente considerar el impacto social de estos proyectos mediante la creación de espacios de acción y colaboración, así como la aparición de nuevos géneros socioculturales.

El artivismo transmedia i4 es una metodología educomunicativa que promueve la concienciación cívica mediante el desarrollo de proyectos creativos basados en la cultura experiencial *phygital*, posibilitando la integración de lo físico y digital en una única esfera. Se trata de una invitación a experimentar con nuevas tácticas que favorezcan la cocreación, la interacción y la generación de conocimiento en entornos híbridos para transmitir de forma eficaz los resultados recabados en la fase investigadora. Se persigue captar la atención de un público de produsuarios que interviene activamente a lo largo del proceso, rompiendo así la cuarta pared y explorando los límites y posibilidades de la cultura participativa. Se trata de la implementación de cuatro conceptos fundamentales para la innovación comunicativa y cultural, fruto de la influencia de la vanguardia histórica y tecnológica: la intermedialidad, la inmersión, la interactividad y la intercreatividad. A continuación, veremos la aplicación de estos principios en el artivismo transmedia i4:

- **Intermedialidad:** fórmulas expresivas novedosas que facilitan la exploración de temas de relevancia general a través de los principios de inmediatez, simultaneidad e hibridación mediática.

- **Inmersión:** la construcción de un contexto o la intervención en un entorno para simular otra realidad, donde la multisensorialidad y el juego de roles.

- **Interactividad:** la capacidad de establecer una conexión entre el usuario o la audiencia y la producción/contenido/entorno a través de una influencia mutua.

- **Intercreatividad:** los entornos interconectados permiten el acceso a la información a través de prácticas cocreativas mediante la interacción con otros produsuarios, iniciando y/o participando en procesos creativos ya existentes.

El artivismo transmedia i4 es una propuesta heredera del activismo transmedia de Jenkins y Srivastava⁴², así como de la International Conference on Transmedia Activism: Creativity & Expanded Information⁴³.

⁴² H. Jenkins, *Telling stories: Lina Srivastava talks about transmedia activism (Part One)*, en “Pop Junctions. Reflections on Entertainment, Pop Culture, Activism, Media Literacy, Fandom and More” 9 de enero de 2016. Recuperado de <https://henryjenkins.org/blog/2016/01/telling-stories-lina-srivastava-talks-about-transmedia-activism-part-one.html> el 8 de julio de 2025.

L. Srivastava, *Narrative Design for Social Impact: The Project Model Canvas*, en “Transmedia Activism”, 12 de noviembre de 2013. Recuperado de <https://transmediaactivism.wordpress.com/> el 8 de julio de 2025.

⁴³ Se facilita acceso a los materiales audiovisuales resultantes del encuentro dirigido por la autora en representación de la UC3M y del Venice Centre for Digital and Public Humanities de la Università Ca’ Foscari di Venezia, en el que participaron Carlos Scolari y Paolo Cirio, entre otros expertos.

Universidad Carlos III de Madrid, *Serie. Congreso internacional sobre artivismo transmedia: creatividad e información expandida*, 28 de febrero de 2023. Recuperado de <https://media.uc3m.es/series/621cd4a38f4208b62a8b45fd> el 8 de julio de 2025.



Fig. 12. Poster de la “International Conference on Transmedia Activism: Creativity & Expanded Information”, 25 de febrero de 2022 (UC3M). Fuente: Universidad Carlos III de Madrid y Venice Centre for Digital and Public Humanities, Università Ca’ Foscari Venezia.

Este método surge como resultado de la experiencia investigadora, docente y de gestión cultural en el ámbito del artivismo mediático de la autora. Entre las principales temáticas de interés social abordadas a lo largo de las dos últimas décadas de implementación de esta metodología, se incluye la creación de producciones centradas en la crisis climática, la ecoansiedad y, más específicamente, la amenaza a la biodiversidad.



Fig. 13. Artivismo transmedia i4. Performance colectiva. Communication and Participation of the Civil Society in the Internet, 2021-2022 (UC3M). Fuente: Carolina Fernández-Castrillo.

La provocación —desde la incomodidad al disfrute—, la improvisación conducida y la intervención de un público produsuario adquiere un especial protagonismo en el artivismo transmedia i4. Su naturaleza disruptiva es el resultado de la influencia del arte de *performance* y las acciones activistas de guerrilla. En su desarrollo, se combinan diversas estrategias metodológicas:

- **Simulación/role-playing:** el desarrollo del sentido crítico y de la empatía a través de la puesta en escena, mediante la dramatización de una situación adoptando diversos roles.

- **Estudios de caso:** búsqueda, análisis y solución de estudios de caso para posteriormente reflexionar y debatir acerca de las conclusiones extraídas.

- **Resolución de problemas:** identificación de problemas actuales o futuros relacionados con los contenidos del tema objeto de estudio. Búsqueda de documentación, reflexión, análisis y debate de las posibles opciones para su resolución.

- **Trabajo por proyectos:** elaboración de proyectos de trabajo de carácter interdisciplinar y transmedia para abordar contenidos novedosos como estrategia para la ampliación y actualización de los conceptos introducidos en las clases magistrales.

El aprendizaje basado en la resolución de problemas se centra en hallar una respuesta, ya sea simple o compleja, enfatizando así la importancia de la cooperación y la responsabilidad del propio estudiantado en el contexto social actual. En el caso de la ecoalfabetización en defensa de la biodiversidad, resulta esencial abordar las actividades didácticas desde una perspectiva glocal para comunicar, reflexionar y encontrar soluciones a partir de la realidad local y de la formulación de soluciones específicas. Este nuevo método también se nutre de las experiencias desarrolladas desde las redes cívicas, los *living labs* o los procesos de *meaningful play* en actividades transmedia ludificadas y en los *serious games*, entre otras muchas expresiones creativas mediáticas en las que se puede apreciar un claro nexo de unión entre la participación cívica y el desarrollo sostenible⁴⁴.

6. CONCLUSIONES

El presente estudio ofrece una relectura de la evolución mediática desde la perspectiva de la biodiversidad, asumiendo que los medios surgen, evolucionan y se interrelacionan con los demás, así como lo hacen las especies naturales. Desde la ecología mediática hemos podido comprender la relevancia de la remediación, el reapropiacionismo y la viralización en la era del *prodotso*. También hemos visto que el *crowdsourcing* en entornos interconectivos favorece el *culture jamming*, al tiempo que supone una amenaza en términos de desinformación. La recontextualización de contenidos preexistentes es un regalo para la experimentación creativa y, al mismo tiempo, supone una gran amenaza como instrumento de manipulación colectiva a escala global.

A partir de la comprensión de las principales tendencias mediáticas y socio-comunicativas, que reproducen el *modus operandi* de la coexistencia de diversas especies en la propia naturaleza, esta investigación propone la aplicación del artivismo mediático en contextos educativos, pero también fuera del aula en

⁴⁴ C. Fernández-Castrillo y A. López-Varela, Intermedial participatory culture: ludification and gamification for sustainable development, en “*Arte, Individuo y Sociedad*”, XXXIII/4, pp. 779-788. Recuperado de <https://doi.org/10.5209/aris.92679> el 8 de julio de 2025.

espacios de mayor accesibilidad y diversidad, como pudieran ser organizaciones comunitarias, entornos de acción social y creación cultural.

Como hemos tenido la oportunidad de observar en las últimas décadas, la adopción de medidas para un modelo sostenible dentro del sistema de producción capitalista ha sido inadecuada. Asimismo, los nuevos desafíos planteados por el obstruccionismo y la (des)información climática requieren nuevas estrategias para identificar esas narrativas predominantes que nos alejan de un modelo de sociedad respetuoso con el medioambiente. Por lo tanto, el paradigma de aprendizaje no debe depender exclusivamente de la transferencia de información; también debe incluir el aprendizaje social, emocional y orientado a la acción.

En el artículo se rescata y amplía la definición de *mash-uptivismo*, fruto de la cultura del *remix*, del re-apropiaciónismo y la cultura participativa. Asimismo, se introduce el artivismo transmedia i4, una nueva metodología educomunicativa cuyo objetivo es experimentar con nuevas fórmulas didácticas y expresivas que faciliten la integración de las dinámicas sociotecnológicas inherentes a las interacciones diarias, creando así campañas transmedia que también involucren estrategias comunicativas experienciales, tanto dentro como fuera del aula, para promover la conciencia cívica respecto a la emergencia climática y a la pérdida de biodiversidad. La creación de eventos totales, a partir de una rigurosa búsqueda documental y mediante la experimentación creativa, fomenta una visión más empática tanto de los fenómenos cercanos como de los lejanos. Este tipo de dinámicas buscan informar con rigor y, al mismo tiempo, mitigar la ecoansiedad, creando entornos para el intercambio de preocupaciones y la búsqueda colectiva de soluciones.

El planteamiento de esta investigación surge del convencimiento de que la ecoalfabetización en biodiversidad debe evolucionar, para mejorar la comunicación medioambiental de modo que se supere un conocimiento aún reduccionista y estereotipado sobre nuestro ecosistema, promoviendo así el pensamiento crítico y la concienciación. La educación tiene el potencial de empoderar a jóvenes y adultos como agentes de cambio para movilizar a sus comunidades desde contextos *phygital* para cambiar las normas sociales y promover un compromiso real con nuestro mayor desafío en términos planetarios.

La investigación se ha realizado en el marco de Iberifier, el Observatorio Ibérico de Medios Digitales, cofinanciado por la Comisión Europea (Convocatoria DIGITAL-2023-DEPLOY-04. Referencia: IBERIFIER Plus – 101158511), del Grupo de Investigación Televisión-Cine: memoria, representación e industria (TECMERIN - Universidad Carlos III de Madrid, UC3M), Climate Strategic Initiative (UC3M) y la sección 5 de Comunicación y Cultura Digital de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agencia Europea de Medio Ambiente, *Biodiversity: state of habitats and species*, 5 diciembre 2024. Recuperado de <https://www.eea.europa.eu/en/topics/in-depth/biodiversity?activeTab=fa515f0c-9ab0-493c-b4cd-58a32dfaae0a> el 8 de julio de 2025.
- Berners-Lee, T., *Realising the full potential of the web*, en “W3C”, 1997. Recuperado de <http://www.w3.org/1998/02/Potential.html> el 8 de julio de 2025.
- Berners-Lee, T., *Weaving the Web*, HarperCollins Nueva York, 1999.
- Bolter, D. J. y Grusin, R., *Remediation*, Mit Press Cambridge, 1999.
- Bolter, D. J. y Grusin, R., *Inmediatez, hipermediación, remediación*, en “CIC. Cuadernos de Información y Comunicación”, XVI, 2011, pp. 29-57. Recuperado de https://doi.org/10.5209/rev_CIYC.2011.v16.2 el 8 de julio de 2025.
- Bruns, A., *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Producership*. Peter Lang Nueva York 2008.
- Chidgery, R., *Feminist protest assemblages and remix culture*, en G. Meikle (ed.), *The Routledge Companion to Media and Activism*, Routledge Nueva York 2018, pp. 196-204.
- Comisión Europea, *Estrategia de la UE sobre Biodiversidad 2030: protección de la fauna y la flora*, 3 de marzo de 2023. Recuperado de https://spain.representation.ec.europa.eu/noticias-eventos/noticias-0/estrategia-de-la-ue-sobre-biodiversidad-2030-proteccion-de-la-fauna-y-la-flora-2023-03-03_es el 8 de julio de 2025.
- Fabbri, P., *La era remix*, en “Revista de Occidente”, CCCLXX, 2012, pp. 5-11.
- Fernández-Castrillo, C., *La condición postmedia: nuevas posibilidades narrativas en la era digital*, en A. N. Martínez Díaz y E. Navío Castellano, *Literaturas de la (pos)modernidad*, Fragua Madrid 2009, pp. 163-178.
- Fernández-Castrillo, C., *Transmedia Practice in Prosumer Age. Toward a Definition of User Generated Content (UGC)*, en “CIC. Cuadernos de Información y Comunicación”, XIX, 2014, pp. 53-67. Recuperado de https://doi.org/10.5209/rev_CIYC.2014.v19.43903 el 8 de julio de 2025.
- Fernández-Castrillo, C., y Rogel, C., *Vernacular Creativity in the Digital Age: Teaching Advertising Communication in Connective Environments [La creatividad vernácula en la era digital: enseñanza de la comunicación publicitaria en entornos conectivos]*, en “Revista ICONO 14. Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes”, XX(1), 2022, pp. 1-15. Recuperado de <https://doi.org/10.7195/ri14.v20i1.1700> el 8 de julio de 2025.
- Fernández-Castrillo, C., y Rogel, C. y Romero Martínez, S. J., *El mash-up como recurso comunicativo para la concienciación social sobre feminismo*, en “ArtsEduca”, XXXII, 2023, pp. 177-192. Recuperado de <https://doi.org/10.6035/artseduca.6339> el 8 de julio de 2025.
- Fernández-Castrillo, C. y Mantoan, D., *An archaeology of media activism: attempting to draft the history of digital culture for social change*, en “Artnodes”, XXXIII, 2023, pp. 1-12. Recuperado de <https://doi.org/10.7238/artnodes.v0i33.420928> el 8 de julio de 2025.

- Fernández-Castrillo, C. y Ramos, C., *Social web and photojournalism: User-generated content of the Russo-Ukrainian war* [Web social y fotoperiodismo: Contenido generado por el usuario en la guerra ruso-ucraniana], en “Comunicar”, LXXVII, 2023, pp. 85-96. Recuperado de <https://doi.org/10.3916/C77-2023-07> el 8 de julio de 2025.
- Fernández-Castrillo, C., *Intermedialidad y activismo: artistas, hackers y produsuarios*, en “Revista de Comunicação e Linguagens”, LX-LXI, 2024, pp. 189-207. Recuperado de <https://doi.org/10.34619/xdqp-bsmn>
- Fernández-Castrillo, C. y López-Varela, A., Intermedial participatory culture: ludification and gamification for sustainable development, en “Arte, Individuo y Sociedad”, XXXIII/4, pp. 779-788. Recuperado de <https://doi.org/10.5209/aris.92679> el 8 de julio de 2025.
- Fernández-Castrillo, C., @CFCASTRILLO, 2025. Recuperado de <https://www.youtube.com/@CFCASTRILLO> el 8 de julio de 2025.
- Gibson, W., *God's Little toys. Confessions of a cut & paste artist*, en “Wired”, 1 de junio de 2005. Recuperado de <https://www.wired.com/2005/07/gibson-3/> el 8 de julio de 2025.
- Jenkins, H., *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York University Press Nueva York y Londres 2006.
- Jenkins, H., *Telling stories: Lina Srivastava talks about transmedia activism (Part One)*, en “Pop Junctions. Reflections on Entertainment, Pop Culture, Activism, Media Literacy, Fandom and More” 9 de enero de 2016. Recuperado de <https://henryjenkins.org/blog/2016/01/telling-stories-lina-srivastava-talks-about-transmedia-activism-part-one.html> el 8 de julio de 2025.
- Jenkins, H., Ito, M. y Boyd, D., *Participatory Culture in a Networked Era: A Conversation on Youth, Learning, Commerce, and Politics*, Polity Press Cambridge 2016.
- Knobel, M. y Lankshear, C., *Remix: la nueva escritura popular*, en “Cuadernos Comillas”, I, 2011, pp. 105-126.
- Lanham, R. A., *The Electronic Word: Democracy, Technology, and the Arts*, University of Chicago Press Chicago 1993. Recuperado de <https://doi.org/10.7208/9780226469126-004> el 8 de julio de 2025.
- Lessig, L., *Free culture: How big media uses technology and the law to lock down the culture and control creativity*, The Penguin Press Nueva York 2004.
- Lévy, P., *L'Intelligence collective*, La Découverte, París 1994.
- Lum, C. M. K., *Notes toward an intellectual history of media ecology*, en C. M. K. Lum (ed.), “Perspectives on culture, technology, and communication. The media ecology tradition”, Hampton Press, Cresskill 2006, pp. 1-60.
- Manovich, L., *What comes after remix?*, en “Manovich”, 2007. Recuperado de <https://manovich.net/index.php/projects/what-comes-after-remix> el 8 de julio de 2025.
- McLuhan, M., *The Gutenberg galaxy: The making of typographic man*, University of Toronto Press, Toronto 1962 (edición en castellano: *La galaxia Gutenberg* 1975).

- McLuhan, M., *Understanding media: The extensions of man*, New American Library Nueva York 1964 (edición en castellano: *Comprender los medios* 1975).
- Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, *Biodiversidad y cambio climático*, s.f. Recuperado de <https://www.miteco.gob.es/es/biodiversidad/temas/conservacion-de-la-biodiversidad/biodiversidad-y-cambio-climatico.html> el 8 de julio de 2025.
- Ong, W., *Orality and literacy: The technologizing of the word*, Methuen Nueva York 1982.
- O'Reilly, T., *What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software* en "O'Reilly Media", 30 de septiembre de 2005. Recuperado de <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html> el 8 de julio de 2025.
- Parikka, J., *Digital Contagions: A Media Archaeology of Computer Viruses*, Peter Lang Nueva York 2007.
- Parikka, J., *Insect Media: An Archaeology of Animals and Technology*, University of Minnesota Press 2010.
- Parlamento Europeo, *El coste de la vida y el medio ambiente son las principales preocupaciones de los jóvenes en la Unión Europea*, en "Noticias Parlamento Europeo", 17 de febrero de 2025. Recuperado de <https://www.europarl.europa.eu/news/es/press-room/20250210IPR26795/coste-de-la-vida-y-medio-ambiente-lo-que-mas-preocupa-a-los-jovenes-en-la-ue> el 8 de julio de 2025.
- Parlamento Europeo, *Pérdida de biodiversidad: ¿por qué es una preocupación y cuáles son sus causas?*, en "Noticias Parlamento Europeo", 25 de febrero de 2025. Recuperado de <https://www.europarl.europa.eu/topics/es/article/20200109STO69929/perdida-de-biodiversidad-por-que-es-una-preocupacion-y-cuales-son-sus-causas> el 8 de julio de 2025.
- Perkins, T., *Trump orders likely to drive species' extinction, wildlife advocates warn*, en "The Guardian", 11 de marzo de 2025. Recuperado de <https://www.theguardian.com/us-news/2025/mar/11/trump-wildlife-agencies-species-extinction> el 8 de julio de 2025.
- Peverini, P., *Remix Practices and Activism: A Semiotic Analysis of Creative Dissent*, en E. Navas, O. Gallagher y xtine burrough (eds.), *The Routledge Companion to Remix Studies*, Routledge Nueva York 2015, pp. 333-345.
- Postman, N., *The reformed English Curriculum*, en A. C. Eurich (ed.), *High school 1980: The shape of the future in american secondary education*, Pittman Nueva York 1970, pp. 160-168.
- Real Academia Española, *Diccionario de la lengua española*, 23ª ed., [versión 23.8 en línea], 2014. Recuperado de <https://dle.rae.es/utilizaci%C3%B3n> el 8 de julio de 2025.
- Rushkoff, D., *Media virus!: Hidden agendas in popular culture*, Random House Digital, Inc., 1996.
- Scolari, C. A., *Ecología de los medios: entornos, evoluciones e interpretaciones*, Gedisa Barcelona 2015.
- Scolari, C. A., *Ecología de los medios: entornos, evoluciones e interpretaciones*, en "Hipermidiaciones", 12 de febrero de 2015. Recuperado de <https://hipermidiaciones.com/2015/02/12/ecologia-de-los-medios/> el 8 de julio de 2025.
- Scolari, C. A., *Los ecos de McLuhan: ecología de los medios, semiótica e interfaces*, en "Palabra Clave", 18(3), 2015, pp. 1025-1056. Recuperado de <https://doi.org/10.5294/pacla.2015.18.4.4> el 8 de julio de 2025.

- Shannon, C. E., *A mathematical theory of communication*, en “The Bell System Technical Journal”, XXVII/3, julio de 1948, pp. 379-423. Recuperado de <https://doi.org/10.1002/j.1538-7305.1948.tb01338.x> el 8 de julio de 2025.
- Snurb, *Producers and Produsage*, en “Snurblog”, 25 de marzo de 2006. Recuperado de <https://snurb.info/produsage> el 8 de julio de 2025.
- Snurb, *Welcome to Produsage.org*, en “Produsage.org”, 29 de diciembre de 2007. Recuperado de <https://produsage.org/home> el 8 de julio de 2025.
- Sonvilla-Weiss, S., *Mashup cultures*, Springer Viena y Nueva York 2010.
- Srivastava, L., *Narrative Design for Social Impact: The Project Model Canvas*, en “Transmedia Activism”, 12 de noviembre de 2013. Recuperado de <https://transmediaactivism.wordpress.com/> el 8 de julio de 2025.
- Strate, L., *Understanding MEA*, en “Media Res”, VII/1, 1999, pp. 1-2.
- Strate, L., *A media ecology review*, en “Communication Research Trends”, XXIII/2, 2004, pp. 3-48.
- Strate, L., *Studying media as media: McLuhan and the media ecology approach*, en “MediaTropes eJournal”, I, 2008, pp. 127-142.
- Toffler, A., *La tercera ola*, Plaza & Janés Bogotá 1980.
- Universidad Carlos III de Madrid, *Serie. Congreso internacional sobre artivismo transmedia: creatividad e información expandida*, 28 de febrero de 2023. Recuperado de <https://media.uc3m.es/series/621cd4a38f4208b62a8b45fd> el 8 de julio de 2025.
- Verdone, M., *Cinema e letteratura del futurismo*, Manfrini Trento 1990.
- Weibel, P., *La condición postmedial*, en AA.VV., *La condición postmedia*, Centro Cultural Conde Duque Madrid 2006, pp. 6-15.