



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Escuela Politécnica Superior de Gandia

Estudio del Geocaching como herramienta transmedia
aplicada a la comunicación. Caso de estudio:
GEOCACHING UPV

Trabajo Fin de Máster

Máster Universitario en Comunicación Transmedia

AUTOR/A: Pay Navarro, Raquel

Tutor/a: Teruel Serrano, María Dolores

CURSO ACADÉMICO: 2021/2022

RESUMEN:

En una sociedad donde la tecnología cada vez está más ligada al ocio, educación o a la cultura en general, el público busca experiencias que le lleven más allá de la pantalla. En este sentido, el fenómeno *Geocaching* se presenta como una opción lúdica que permite explorar el entorno con el objetivo de encontrar tesoros ocultos en todo el mundo llamados *cachés*. Este juego interactivo se presenta a través de una app la cual permite estar conectado a Internet sin desconectar de la realidad.

La gamificación se ha visto integrada en estrategias de marketing, empresariales y por supuesto, educativas. Por ello, el juego de *Geocaching* empieza a verse como una manera de aprender divertida, original, saludable y respetuosa con el medio ambiente.

No obstante, y a pesar de contar con un número de seguidores considerable (más de 10 M de descargas en la AppStore) no es muy conocido. Por ello, en este trabajo final de máster se propone el estudio del *Geocaching* para conocer cuáles son sus potencialidades en el ámbito de la educación. Además de una revisión a su universo transmedia, donde las contribuciones de los usuarios a través de la app y RRSS son un papel clave en el desarrollo y crecimiento del fenómeno.

Se parte del análisis del caso *Geocaching en la UPV*.

PALABRAS: *Geocaching*; transmedia; comunicación; redes sociales; cachés; gamificación

ABSTRACT:

In a society where technology is increasingly linked to leisure, education or culture in general, the public is looking for experiences that transcend the screen. In this sense, the *Geocaching* phenomenon is presented as a playful option that allows you to explore the environment with the aim of finding hidden treasures around the world called *cachés*. This interactive game is presented through an app that allows you to be connected to the Internet without disconnecting from the real world.

Gamification has been integrated into marketing, business and, of course, educational strategies. For this reason, *Geocaching* is starting to be used as a fun, original, healthy and ecological way to learn.

However, and despite having a considerable number of followers (over 10M downloads in the AppStore) it is not very well known. For this reason, in this final master's thesis, the study of *Geocaching* is proposed to find out what its potential is in the field of communication. In addition to a review of its transmedia universe, where the contributions of users through the app and social media are a key role in the development and growth of the phenomenon.

It is based on the analysis of the *Geocaching UPV* case.

WORDS: *Geocaching*; transmedia; communication; social media; cachés; gaming

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Estado de flujo entre reto y habilidad. Fuente: https://cutt.ly/HKKZ3VW	10
Figura 2. Elementos de la gamificación. Fuente: https://cutt.ly/rKKXh3l	11
Figura 3. Modelo de Bartle. Fuente: powerpoint de asignatura Transmedia en la educación	13
Figura 4. Placa Original Stash Tribute Plaque. Fuente: Google Imágenes: https://cutt.ly/zKKCvXr ...	16
Figura 5. Manuscrito de un Geocacher. Fuente: Propia	19
Figura 6 y 7. Mapas de empatía del público objetivo de Geocaching. Fuente: Propia	20
Figura 8. Medios tradicionales VS transmedia. Fuente: Google Imágenes https://cutt.ly/mKKXwCb ..	27
Figura 9 y 10. Logotipos de Geocaching. Fuente: Google Imágenes: https://cutt.ly/TKKCZlo	28
Figura 11. Tipografías de Geocaching. Fuente: kit de geocaching: https://cutt.ly/hKKVrtD	29
Figura 12. Desglose de colores del anterior logo de Geocaching. Fuente: https://cutt.ly/WKKVTOr ..	29
Figura 13. Desglose de colores del logo actual de Geocaching. Fuente: https://cutt.ly/WKKVTOr	29
Figura 14. Tipos de voluntarios de Geocaching. Fuente: https://www.geocaching.com/volunteers/ ..	31
Figura 15. Beneficios de trabajar en Geocaching HQ. Fuente: https://www.geocaching.com/career ..	32
Figura 16, 17 y 18. Capturas del juego de Geocaching. Fuente: App Geocaching	33
Figura 19, 20 y 21. Capturas del juego de Geocaching. Fuente: App Geocaching	34
Figura 22. directrices para esconder un caché. Fuente: https://www.geocaching.com/play/	35
Figura 23. distancias para esconder un caché. Fuente: https://www.geocaching.com/play/	36
Figura 24. Universo transmedia de Geocaching. Fuente: Propia	37
Figura 25, 26 y 27. Apartados de la App de Geocaching. Fuente: Propia/ App Geocaching	38
Figura 28. Caché en el buscador. Fuente: Propia/ App Geocaching	38
Figura 29, 30 y 31. Apartados de la App de Geocaching. Fuente: Propia/ App Geocaching	39
Figura 32. Perfil de Geocaching en las RR.SS. Fuente: TikTok, Twitter, Facebook, Insta	40
Figura 33. Post de Geocaching en Facebook. Fuente: https://www.facebook.com/geocaching/	40
Figura 34 y 35. Perfil de @geocaching en Instagram. Fuente: https://acortar.link/RUmgn	41
Figura 36, 37 y 38. Stories de @geocaching en Instagram. Fuente: https://acortar.link/RUmgn	41
Figura 39 y 40. Post y Reels de Geocaching en Instagram. Fuente: https://acortar.link/RUmgn	42
Figura 41. Post de Geocaching en Instagram. Fuente: https://acortar.link/RUmgn	42
Figura 42. Vídeos de Geocaching en tiktok. Fuente: https://www.tiktok.com/@geocaching?lang=es ..	43
Figura 43 y 44. Perfil y tweet de Geocaching en Twitter. Fuente: https://acortar.link/9FU8lp	44
Figura 45. Canal de Geocaching en YouTube. Fuente: https://www.youtube.com/c/geocaching	44
Figura 46. Shorts del canal de Geocaching. Fuente: https://www.youtube.com/c/geocaching	45
Figura 47. Vídeos GIFF del canal de Geocaching. Fuente: https://www.youtube.com/c/geocaching ..	46
Figura 48. Home de página web de Geocaching. Fuente: https://www.geocaching.com/play/search ..	47
Figura 49. Submenú de página web de Geocaching. Fuente: https://cutt.ly/oXgMraW	47
Figura 50. Foro de Geocaching. Fuente: https://forums.geocaching.com/GC/	48
Figura 51. Tipos de caché de Geocaching. Fuente: https://acortar.link/8j49Td	50
Figura 52. Dificultad y Terreno de los cachés de Geocaching. Fuente: https://cutt.ly/PK7dMP9	50
Figura 53. Tamaños de cachés de Geocaching. Fuente: https://cutt.ly/YK7wsWs	51
Figura 54. Registro de rastreables en Geocaching. Fuente: App Geocaching	51
Figura 55. Ejemplo de Cachés. Fuente: https://acortar.link/pmzPJm	52
Figura 46. Merchandising de Geocaching. Fuente: Google Imágenes	53
Figura 57. Tiendas oficiales de Geocaching en España. Fuente: https://acortar.link/ooAB72	53
Figura 58. Lista de eventos de Geocaching. Fuente: App Geocaching	52
Figura 59. Desglose de colores del logo de Geocaching UPV. Fuente: https://cutt.ly/WKKVTOr	55
Figura 60. Recorrido de la Escuela de Geocaching UPV. Fuente: Propia	56
Figura 61 y 62. Buzón y pasaporte de la Escuela de Geocaching UPV. Fuente: Propia	56
Figura 63. Descripción caché de la Escuela de GeocachingUPV. Fuente: https://acortar.link/AtkfFQ ..	57
Figura 64. Caché tradicional GCU PV02 de la Escuela de UPV. Fuente: Propia	57
Figura 65. Cuestionario del Mystery Caché GCUP 03. Fuente: https://cutt.ly/5KMzjet	58
Figura 66. Mystery Caché GCU PV03 respuesta correcta e incorrecta. Fuente: propia	58

Figura 67. Recorrido del Multi- Caché GCUP 05. Fuente: propia	59
Figura 68. Recorrido del Letterboxing. Fuente: propia	59
Figura 69 y 70. Pasaporte de la Escuela de Geocaching UPV completado. Fuente: Propia.....	59
Figura 71. Cachés oficiales de la UPV. Fuente: https://geocaching.upv.es/portada/cas/index.html ...	60
Figura 72. GeoCheck. Fuente: https://cutt.ly/BKM1TRW	62
Figura 73. Murales de Dones de ciència. Fuente: https://donesdeciencia.webs.upv.es/	63
Figura 74. Juego de “El capricho de Felicia”. Fuente: https://trushoo.itch.io/elcaprichodefelicia	64
Figura 75. Certitude. Fuente: https://www.certitudes.org/certitude?wp=GC8K3MK	64
Figura 76. Mapa de Geocaching UPV. Fuente: https://geocaching.upv.es/portada/cas/index.html	65
Figura 77. Charlas y Talleres de Geocaching en la UPV. Fuente: https://acortar.link/AtkfFQ	65
Figura 78. Noticias de geocaching UPV. Fuente https://acortar.link/AtkfFQ	66
Figura 79 y 80. Perfiles de Geocaching UPV en Instagram y Twitter. Fuente: Instagram y Twitter.....	67
Figura 81. Chat con Geocaching UPV. Fuente: Propia instagram.....	67
Figura 82. Ubicación propuesta del buzón de la Escuela Geocaching en la EPSG. Fuente: propia...68	68
Figura 83 y 84. Edificio del CRAI de la EPSG de la UPV. Fuente: Google Imágenes.....	69
Figura 85, 86, 87 y 88. Biblioteca de la EPSG. Fuente: Propia.....	69
Figura 89 y 90. Edificios de la EPSG de la UPV. Fuente: Google Imágenes.....	70
Figura 91. Mapa de la EPSG de la UPV. Fuente: https://acortar.link/9ILhAP	71
Figura 92. Ubicación propuesta de caché. Fuente: Propia	71
Figura 93,94 y 95. Ubicación 1 de multi cache. Fuente: Propia.....	72
Figura 96 y 97. Ubicación 2 de multi cache. Fuente: Propia.....	72
Figura 98, 99 y 100. Ubicación 3 de multi-cache. Fuente: Propia.....	73
Figura 101 y 102. Ubicación 4 de multi cache. Fuente: Propia.....	73
Figura 102 y 103. Ubicación 5 de multi cache. Fuente: Propia.....	73
Figura 104. Ubicación 6 multicaché. Fuente:propia.....	74
Figura 105. Ubicación 3 de multi cache. Fuente: Propia	74
Figura 106. Recorrido del multi caché de la Escuela Geocaching de la UPV. Fuente: propia.....	74
Figura 107 y 108. Pared emblemática de la EPSG de la UPV. Frame de La Casa de Papel. Fuente: https://acortar.link/iWMBg y Presentación de Abdón.....	75
Figura 109. Merchandising UPV. Fuente: https://tiendaupv.es/categoria-producto/accesorios/	76
Figura 110. Regalo Escuela Geocaching UPV. Fuente: Propia.....	76
Figura 111, 112 y 113. La Closca. Fuente: App la closca.....	76
Figura 114. Fuentes del multi caché LA CLOSCA. fuente: propia.....	77
Figura 115. Geocaching en números. Fuente: https://newsroom.geocaching.com/fast-facts	78
Figura 116. Feed propuesto para @geocachingupv. fuente: Propia.....	80
Figura 117 y 118. Posts propuestos para @geocachingupv. fuente: Propia.....	81

ÍNDICE DE GRÁFICOS y TABLAS

Gráfico 1. Motivaciones para jugar a Geocaching. Fuente: https://acortar.link	15
Gráfico 2. Estudio GEAR. Fuente: https://acortar.link/Gmr7kw	15
Gráfico 3. Infografía de Geocaching por 3M de cachés escondidos. Fuente: https://cutt.ly/zKkCvXr . 17	17
Tabla 1. Metodología del TFM. Fuente: propia.....	8

ÍNDICE:

1. INTRODUCCIÓN.....	6
1.1. Objetivos.....	7
1.2. Metodología.....	7
2. MARCO TEÓRICO: Geocaching.....	9
2.1. Gamificación.....	9
2.2. ¿Es el Geocaching sólo un juego?.....	13
2.2.1. Definición.....	13
2.2.2. Historia.....	16
2.2.3. Público objetivo.....	19
2.2.4. Usos potenciales y reales.....	21
2.2.5. Transmedia en Geocaching.....	23
3. CASO PRÁCTICO.....	28
3.1. Análisis del desarrollo empresarial de Geocaching.....	28
3.1.1. Identidad corporativa.....	28
3.1.2. Equipo.....	30
3.1.3. Misión, visión y valores.....	31
3.1.4. ¿Cómo jugar?.....	33
3.2. Elementos del universo transmedia de Geocaching.....	36
3.2.1. App.....	37
3.2.2. Redes sociales.....	39
3.2.3. Web.....	46
3.2.4. Cachés.....	49
3.2.5. Merchandising.....	52
3.2.6. Eventos.....	53
3.3. <i>GEOCACHING UPV</i>	55
3.3.1. Escuela de Geocaching.....	56
3.3.2. Cachés en el Campus de Vera.....	60
3.3.3. Charlas y Talleres UPV.....	65
3.3.4. Geocaching y CiènciaLab.....	66
3.3.5. Noticias Geocaching.....	67
3.3.6. Redes sociales.....	67
3.4. Desarrollo de Geocaching para el campus de Gandia.....	68
4. PROPUESTAS DE MEJORA.....	79
5. CONCLUSIONES.....	83
6. BIBLIOGRAFÍA.....	85

1. INTRODUCCIÓN

A medida que pasa el tiempo, la sociedad actual se vuelve más exigente, haciendo que la gente sea más minuciosa y precisa a la hora de transmitir o recibir información, enseñar, comunicar o dar a conocer algún proyecto o trabajo. Las tecnologías digitales han provocado importantes cambios en el proceso de comunicación. Por tal motivo, se tiende a la búsqueda de nuevos modelos de divulgación que atraigan la atención del público al cual va dirigido un producto o servicio.

Una técnica que se ha ido haciendo cada vez más popular es la gamificación, (Oña, 2022) que consiste en aplicar al ámbito de la docencia elementos característicos del juego para motivar y divertir durante el aprendizaje y a la hora de comunicar. Esta técnica de la gamificación adquiere diferentes formatos como es el “*Geocaching*”, que consiste principalmente, en una actividad recreativa basada en la búsqueda de “tesoros” llamados “*geocachés*” mediante un dispositivo inteligente con señal de GPS. Los principales usos que se le atribuyen a esta forma de gamificación ha sido lúdica y recreativa, sin embargo, existen otros aspectos vinculados con la comunicación que todavía no han sido abordados suficientemente. Además, otra característica altamente interesante que cabe destacar es que el *Geocaching* no se trata de una actividad aislada sino que forma parte de universo transmedia *Geocaching*, el cual se compone por muchos elementos que se aportan mutuamente como son las redes sociales, la web, los eventos, el merchandising, blog, foros y mucho más (*Geocaching*, s. f.)

Por todo ello, este Trabajo Final de Máster tiene como objetivo mostrar los usos potenciales que tiene este juego dentro de la comunicación y, en particular, se estudia el caso de la Universidad Politécnica de Valencia, institución que ha optado por introducir la actividad de *Geocaching* en su comunidad, creando “*Geocaching UPV*”. Para ello se introducen los términos de gamificación, transmedia y “*Geocaching*”. Y se hace un análisis de todos los elementos que forman el universo transmedia de *Geocaching*. Además una vez detallado todos estos elementos se procede a analizar el caso de “*Geocaching UPV*” y se aportan una serie de sugerencias de mejora y propuestas para el campus de Gandía.

1.1. Objetivos

OBJETIVO PRINCIPAL:

- Dar a conocer el universo transmedia de *Geocaching* (RRSS, tiendas, usuarios, convenciones, reuniones, competiciones amistosas, cachés, app...)
- Descubrir nuevas propuestas de gamificación y adquirir una serie de buenas prácticas a través del análisis del proyecto *GEOCACHING UPV*

OBJETIVOS SECUNDARIOS:

- Mostrar la nueva manera de comunicar que presenta *Geocaching* y sus beneficios
- Aportar sugerencias de mejora al proyecto *Geocaching UPV*
- Idear nuevos cachés para la UPV en la EPSG (campus de Gandia).

1.2. Metodología

La metodología que se siguió para abordar este trabajo contó con las etapas que se comentan a continuación al objeto de cumplir los objetivos formulados.

En primer lugar, se llevó a cabo una revisión bibliográfica a través de una búsqueda intensiva de páginas web, trabajos y artículos académicos sobre los conceptos gamificación en la educación, las narrativas transmedia y *Geocaching*.

Este trabajo continuó con el estudio de todo lo que engloba el universo *Geocaching*, desde su historia hasta sus redes sociales, pasando por su identidad corporativa y público. Para abordar esta parte se utilizó la técnica de investigación del análisis de contenido como forma de investigación cualitativa muy propia en las ciencias sociales.

A continuación, se mantuvieron entrevistas en profundidad con expertos en la aplicación y desarrollo del *Geocaching*. En concreto, se mantuvo una entrevista con Rafa Ruiz (Trushoo) que es usuario veterano de *Geocaching* y creador de *Geocaching UPV*. *Esta entrevista fue decisiva para obtener información sobre el proyecto Geocaching UPV*. y la realización de la ruta que se propone en la Escuela *Geocaching UPV* para todos aquellos que quieran conocer y comenzar a realizar la actividad. Adicionalmente, utilizando la técnica de la observación participante, la autora participó en la búsqueda de los cachés oficiales escondidos por el campus de Vera.

Finalmente, este trabajo finalizó con la propuesta de creación de cachés de la Escuela Técnica Superior de Gandía (EPSG) para la UPV con el objetivo de que pueda expandir su proyecto a sus otros campus. Para ello se han confeccionado fichas metodológicas para la recopilación de la información en torno a los cachés. Estas fichas contemplan los apartados siguientes: descripción, localizaciones, enigmas, pistas y tamaño. Por medio de la observación y documentación del entorno del campus, así como la búsqueda de lugares apropiados para el escondite de estos contenedores.

A modo de resumen, la tabla siguiente (Tabla 1) relaciona los diferentes objetivos formulados para este trabajo final de máster y la metodología utilizada para su consecución.

OBJETIVOS	METODOLOGÍA
O1 - Contextualización del universo transmedia de <i>Geocaching</i>	Revisión en profundidad de fuentes de información secundaria vinculada con el geocaching en general tanto su universo transmedia como su desarrollo empresarial
O2 - Descubrir nuevas propuestas de gamificación y adquirir una serie de buenas prácticas a través del análisis del proyecto <i>GEOCACHING UPV</i>	Búsqueda de toda la información que se aporta sobre el proyecto, además de realizar en primera mano las ruta propuesta por la Escuela Geocaching y búsqueda de los diferentes cachés oficiales del campus. Entrevista en profundidad con un experto en Geocaching y creador del proyecto <i>Geocaching UPV</i> .
O3 - Mostrar la nueva manera de comunicar que presenta <i>Geocaching</i>	Se ha hecho una revisión bibliográfica a través de una búsqueda intensiva de páginas web, trabajos y artículos académicos sobre los conceptos gamificación en la educación, las nuevas narrativas transmedia y <i>Geocaching</i> dentro del ámbito de la comunicación.
O4 - Aportar sugerencias de mejora al proyecto <i>Geocaching UPV</i>	Analizando todo lo que compone el proyecto Geocaching UPV y sacando las conclusiones en lo que podrían mejorar.
O5 - Idear nuevos cachés para la UPV en la EPSG (campus de Gandia)	Se han confeccionado fichas metodológicas para la recopilación de la información en torno a los cachés. Estas fichas contemplan los apartados siguientes: descripción, localizaciones, enigmas, pistas y tamaño.

Tabla 1. Metodología del TFM. Fuente: propia

2. MARCO TEÓRICO: Geocaching

El *Geocaching*, en su definición, hace referencia a un término que combina los conceptos de gamificación y transmedia en la utilización de la comunicación de manera estratégica y aplicada. Ambos términos están en la base de la creación del *Geocaching* y ayudan a configurar algunas de sus características. Si bien es cierto que el término *Geocaching* se vincula directamente con aspectos geográficos (Sierra, E. 2015), la manera en que se presenta este nuevo concepto se vincula directamente con la posibilidad de recreación y juego que incorpora.

Esta sección del trabajo final de máster que se presenta aborda la conceptualización del término y su aplicación a la comunicación, es por ello, que para poder analizar el *Geocaching* como una herramienta transmedia aplicada a la comunicación se hace una revisión de la literatura se basa en conocer las contribuciones en torno los términos emergentes de Transmedia y Gamificación.

2.1. Gamificación

El término de gamificación (***Gamification en inglés***) es un concepto muy reciente que empezó a ser utilizado por Nick Pelling en el año 2002. Fue este diseñador y programador de videojuegos de ordenador quien inició esta actividad con intención de definir “una realidad observada por él, según la cual la “cultura del juego” era una especie de revolución que estaba reprogramando la sociedad” tal y como apuntó posteriormente Malvido(2019).

Cunningham y Zichermann (2011) difundieron ampliamente la idea de la gamificación en el mundo empresarial al introducirla como recurso en el marketing. Estos autores remarcan “la importancia de la experiencia lúdica, es decir, la necesidad de trasladar la concentración, la diversión y las emociones vividas por el jugador al mundo real.”. Según estos autores, gamificación consiste en “el uso de mecánicas, elementos y técnicas de diseño de juegos en contextos que no son juegos para involucrar a los usuarios y resolver problemas”. Este concepto fue compartido, posteriormente, por Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R., & Nacke, L., (2011).

Los usos atribuidos a la gamificación, tienen su origen en la fidelización de los clientes. Estos estaban organizados en diferentes niveles que, según ascendían, permitían obtener recompensas o puntos que posteriormente se podían canjear por beneficios, regalos o descuentos. Actualmente, este uso se mantiene en entornos similares e incluso cada vez

está más extendido. “Hoy en día la gente lleva sus carteras, o incluso móviles, llenas de tarjetas de fidelización, por lo que muchas cosas en la vida cotidiana forman parte de un gran juego.” (Díez, R., 2022).

No obstante, la gamificación se basa en el juego y para que éste sea efectivo Csikszentmihalyi (1998) estableció 8 componentes que posibilitan lo que este autor denominó “el flujo de la gamificación” (Fig. 1) para referirse al estado de equilibrio que se alcanza entre el reto de jugar y la habilidad del jugador.

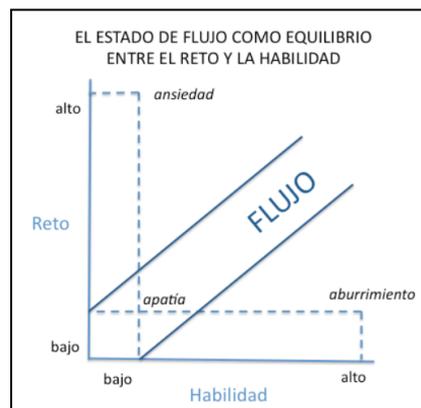


Figura 1. Estado de flujo entre reto y habilidad. Fuente: <https://cutt.ly/HKKZ3VW>

Los componentes del juego efectivo según Csikszentmihalyi (1998) son:

- Debe ser una tarea realizable
- Necesita concentración
- Objetivos claros
- Feedback
- Involucración sin esfuerzo
- Control sobre las acciones
- Desaparición de la consciencia
- Pérdida de sentido del tiempo

Asimismo, ahondando en esta idea, Díez (2022) destaca la necesidad de introducir recursos innovadores y creativos propios de los juegos para convertir una actividad cotidiana, no lúdica, en algo motivador y atrayente, durante y después de la actividad. Para aplicar la gamificación es bastante común la incorporación de recursos y elementos típicos de los juegos como puntos, cartas, clasificaciones o reglas en el aprendizaje para así potenciar esta motivación en el usuario, pues “La motivación es el factor individual más importante en el aprendizaje y los cambios de comportamiento.” (Teixes, F., 2016). Asimismo, las herramientas pueden ser tanto físicas como virtuales. (Díez, R., 2022).

Borras (2015) en relación a la gamificación aplicada al ámbito educativo, destacó una serie de ventajas como son: una retroalimentación constante, activación de una motivación por el aprendizaje, el cual es más significativo y atractivo, por lo cual permite una mayor retención en la memoria, resultados más medibles por medio de niveles, puntos y/o *badges* y autonomía en el aprendizaje, además de competitividad y colaboración y la posibilidad de conexión entre diferentes usuarios en el ámbito digital.

En este sentido, Fernández (2020) apuntó que, gracias al carácter lúdico de este tipo de estrategias educativas, las personas interiorizan con mayor facilidad los conocimientos, causándoles una experiencia positiva. Además, “la gamificación ayuda a mejorar el aprendizaje de conocimientos y comportamientos a través de la concentración, motivación, esfuerzo y otros valores positivos asociados a los juegos.”

“El juego es mucho más que una forma de diversión, así lo ha demostrado la neurociencia. Se ha descubierto que es un recurso muy útil para el aprendizaje no solo de niños sino también de adultos. El juego, utilizado de la forma correcta, ofrece una manera diferente de aprender y puede reportar beneficios no solo a nivel educativo, sino también social y personal”. (Fernández, H., 2020)

Sin embargo, tal y como sucede en otras actividades lúdicas, existen muchos tipos de gamificación, por lo que se debe conocer a qué tipo de público se dirige, para ajustar los elementos del juego al usuario y mantener viva la motivación, la cual es “el factor individual más importante en el aprendizaje y los cambios de comportamiento” (Teixes, 2016). Según Ochoa, (2020) los elementos básicos de la gamificación son: tipos de usuarios, recompensas, motivación y elementos.

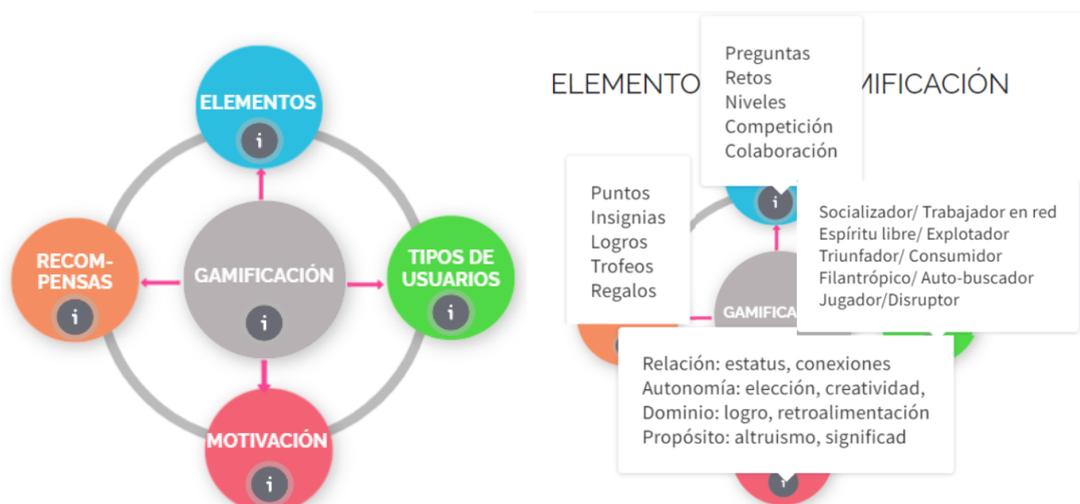


Figura 2. Elementos de la gamificación. Fuente: <https://cutt.ly/rKKXh3I>

En primer lugar, en relación a los tipos de usuarios, Bartle (1996) realizó la siguiente división de los tipos de jugadores que existen en función de la motivación que presentan:

- *Killers*: buscan ganar por encima de todo, son competitivos (*rankings*).
- Recolectores: buscan status, ir objetivo tras objetivo (recompensas).
- Sociales: buscan el foco social, relacionarse, colaborar (*chats*, noticias).
- Exploradores: buscan descubrir lo desconocido, (recompensas difíciles).

Por una parte están los jugadores tipo **killers**, estos son los que sienten motivación por la competición por lo que la dinámica ideal es el uso de *rankings* y clasificaciones dónde están en constante comparación con el resto. Ejemplo de juego para killers: el Monopoli, donde para ganar se debe desbancar a todos.

Los jugadores estilo **recolectores** buscan recompensas por cada objetivo que cumplen, por lo que son muy afines a actividades en las que se obtienen premios al llegar a un determinado número de puntos. Además sirven las dinámicas en las que hay diversos estatus, insignias o avatares a conseguir. Suelen gustarles las dinámicas en las que hay estrategias que cumplir, objetivo a objetivo. Ejemplo de juego para recolectores: el trivial, se logra ganar consiguiendo cada uno de los quesitos, es un objetivo tras otro.

Los **sociales** buscan la colaboración e interacción con el otro usuario, por lo que buscan pruebas o competiciones de equipo. Les gustan también los juegos donde hay chats. Ejemplo de juego para los jugadores sociales: Among us, es un juego donde se trabaja en equipo pero hay un intruso. Deben comunicarse y conseguir sacar al intruso para ganar, por ello deben colaborar entre ellos.

Y finalmente, los jugadores **exploradores**, son los que buscan siempre algo más. Les apasiona explorar y busca retos para descubrir lo desconocido. Estos desafíos suelen ser más complejos ya que obtienen recompensas difíciles, pues deben indagar y usar el ingenio. Ejemplo: el Cluedo, a través de una serie de pistas debes encontrar al culpable que es desconocido. Otro juego sería *Geocaching*, donde buscan tesoros escondidos.



Figura 3. Modelo de Bartle. Fuente: powerpoint de asignatura Transmedia en la educación (Diez, 2022)

Algunos de los ejemplos de gamificación en la educación más conocidos son:

- *Class dojo*: Plataforma online donde los alumnos pueden ir consiguiendo puntos a través de tareas por medio de un avatar propio. Los padres tienen acceso a la plataforma.
- *Kahoot*: Plataforma donde se pueden crear una serie de cuestionarios que se convierten en concursos en el aula para aprender o reforzar temarios. Los alumnos compiten por llegar al podium.

Pero estos son únicamente online y no traspasan la pantalla, algo que *Geocaching* sí hace.

2.2. ¿Es el *Geocaching* sólo un juego?

2.2.1. Definición

El término *Geocaching* recoge un concepto que está todavía en fase de definición y se alimenta, en ocasiones, de definiciones dadas por los desarrolladores y, sobre todo, por las empresas que lo promueven y comercializan. Así, Saja Nansa, de la empresa *Geotour*, lo define como “un juego de alta tecnología que tiene como objetivo encontrar tesoros, un juego internacional que se sirve de dispositivos GPS para jugadores a quienes les gusta la aventura. La idea principal es encontrar los recipientes escondidos al aire libre, llamados *geocaches*, y luego compartir tus experiencias en línea.” (Saja Nansa)

Por su parte, AXA, una multinacional francesa especializada en el negocio de los seguros comenta que es “Un juego famoso y muy divertido que se ha puesto de moda en el mundo de los juegos de alta tecnología. También se llama *Gymkhana GPS* que consiste en la

búsqueda de un tesoro al aire libre en un mundo real con un dispositivo GPS.” (AXA Partners., 2020). Navarro (2016) lo define como un juego que provoca la necesidad de salir a la calle e incluso lo compara con el caso de *Pokemon Go*.

En resumen, se puede concluir que se trata de un juego en el que son escondidos una serie de contenedores que varían en tamaño, dentro de los cuales se almacenan objetos llevados por cada una de las personas que buscan estos contenedores con ayuda de la aplicación oficial. Estos contenedores son creados y escondidos por la propia organización, aunque también está la posibilidad de que cualquier usuario pueda crear y esconder el suyo propio, mediante una aprobación posterior por parte de la compañía. Estos contenedores, suelen esconderse, por lo general, en lugares turísticos, donde existen rutas de senderismo u otros lugares de interés.

Se puede observar que el potencial del geocaching es alto y expandible a diferentes ámbitos. En un estudio de Sierra (2015) centrado en el análisis actual y potencial en el ámbito del turismo de Geocaching, es definido como “una actividad al aire libre que tiene un gran potencial tanto presente como futuro. Es una forma novedosa de dar a conocer lugares con encanto. Todos los usuarios pueden contribuir y enseñar sus puntos favoritos del planeta”. Además, al tratarse de una actividad que debe hacerse de manera discreta, ya que conviene que nadie se de cuenta de la existencia de los cachés ocultos a excepción de los jugadores y evitar así a los denominados “*muggles*”. La tematización de los juegos de geocaching y su aplicación con fines promocionales en turismo es clara y como ejemplo sirve el creado por la ciudad de Valencia denominado ‘Tras las pistas del Santo Grial’ el objetivo es dar conocer la reliquia por su valor histórico o religioso, también para turistas y vecinos que desconozcan la historia del Santo Cáliz pero se puedan sentir atraídos por el aura de misterio que envuelve al relato”. (Hostelería en Valencia, 2021)

Asimismo, el *Geocaching* es utilizado en el ámbito educativo y constituye una actividad de gamificación que puede ser una herramienta más a usar en la educación puesto que nos permite un aprendizaje de contenidos de forma más atractiva, que los estudiantes aprendan el uso del GPS y de las aplicaciones de mapeo, trabaja la satisfacción al recibir las notificaciones de haber encontrado el tesoro, o la frustración al no encontrarlo. El alumnado conoce mejor su entorno y conviven unos con otros, especialmente si al final de curso se organiza una gincana. (Educación 3.0, 2020)

Completando la definición del geocaching, O’Hara (2008) destaca las motivaciones que animan a jugar a *Geocaching*. Entre ellas está la caminata social, conocer nuevos lugares,

posibilidad de tener un registro demostrable de los logros (coleccionables de los cachés que se encuentran), tener estadísticas de su perfil, competencia y urgencia (ser los primeros en encontrar los cachés) y la gran cantidad de desafíos que existen. Siguiendo el estudio GEAR (Geocaching for Exercise and Activity Research) realizado por The Center for Community Health Development, muestra que las 3 motivaciones principales que llevan a los usuarios a poner en práctica esta actividad son: la interacción, los beneficios físicos y el desarrollo de habilidades. (Texas A&M. 2014)

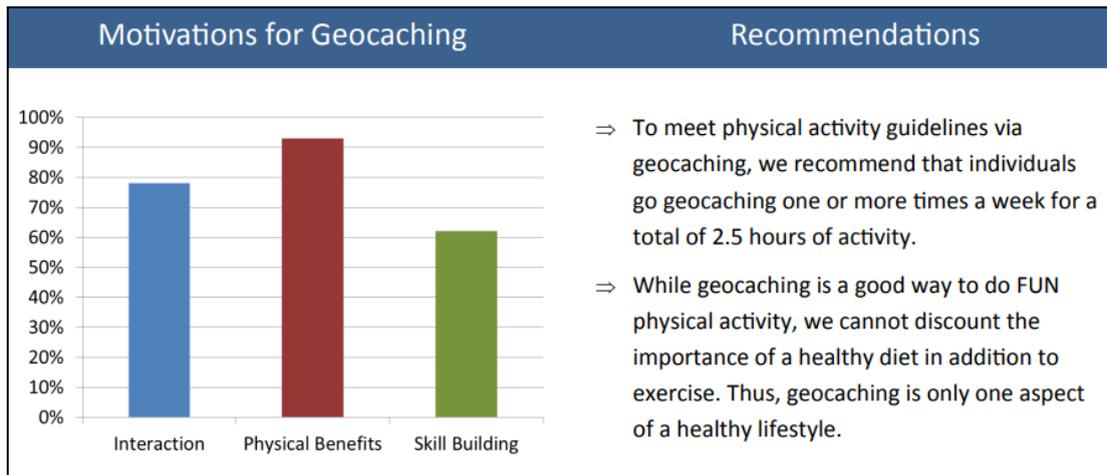


Gráfico 1. Motivaciones para jugar a Geocaching. Fuente: <https://cutt.ly/HXgXCLe>

Dichos datos se extrajeron de una muestra de 1000 jugadores de Geocaching en EE.UU.

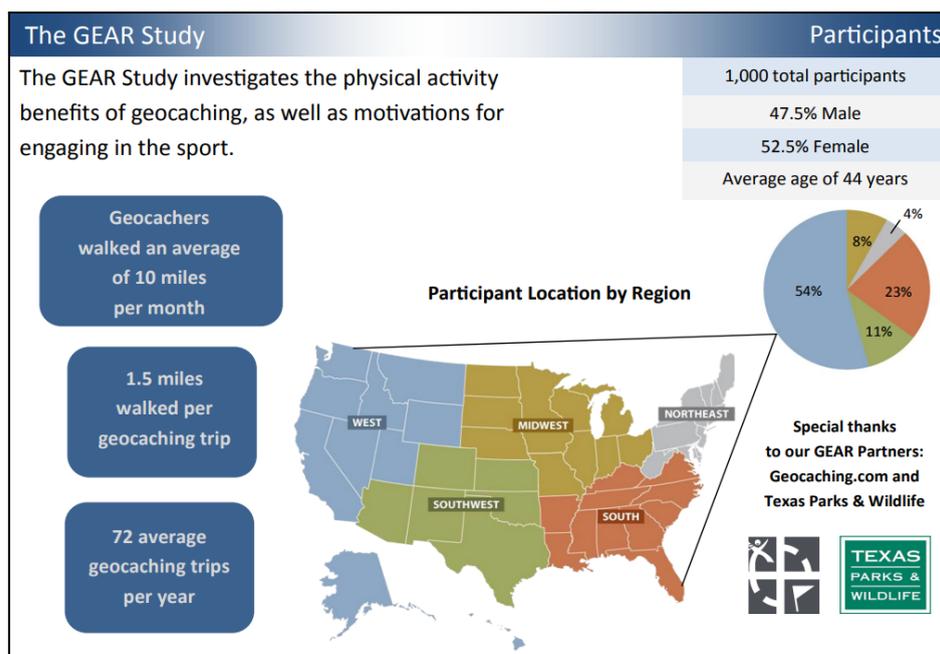


Gráfico 2. Estudio GEAR. Fuente: <https://cutt.ly/HXgXCLe>

2.2.2. Historia

El origen de la actividad del *Geocaching* data de 2 de mayo de 2000, justo después de que se eliminara la Disponibilidad Selectiva del Sistema de Posicionamiento Global, ley internacional que establecía reducir la precisión de los receptores de posicionamiento comerciales a través de los satélites. Gracias a la mejora de la precisión, se podía ubicar contenedores de pequeñas dimensiones, por ello, el de 3 de mayo del mismo año, Dave Ulmer de Beavercreek, especializado en sistemas Globales de Navegación por Satélite, escondió un contenedor en Portland Oregón y difundió las coordenadas exactas por un grupo de noticias llamado Usenet. Dichas coordenadas nos las facilita Hisour (2018):

45 ° 17.460'N 122 ° 24.800'W.”

Este tesoro escondido era un recipiente de plástico negro enterrado parcialmente, y en su interior se encontraba un software, videos, libros, dinero, una lata de frijoles y una honda. A los tres días de haberse compartido la ubicación ya se había encontrado dos veces y registrado una vez por Mike Teague de Vancouver, Washington . Pero lamentablemente, se dice que este caché acabó destruído a causa de una cortadora de césped. El único artículo que se salvó fue la lata de frijoles, convirtiéndola en un objeto rastreable llamado «lata de frijoles original». Actualmente en las coordenadas originales que utilizó Dave Ulmer hay un nuevo geocaché creado por Krikasol (2015), y una placa llamada Original Stash Tribute Plaque, haciendo homenaje al primer caché de todos los tiempos.



Figura 4. Placa Original Stash Tribute Plaque. Fuente: Google Imágenes: <https://cutt.ly/zKKCvXr>

Geocaching ha avanzado, mejorado y ampliado su comunidad y un resumen de todos los hitos que ha conseguido a día de hoy se muestran en la infografía del Gráfico 3.

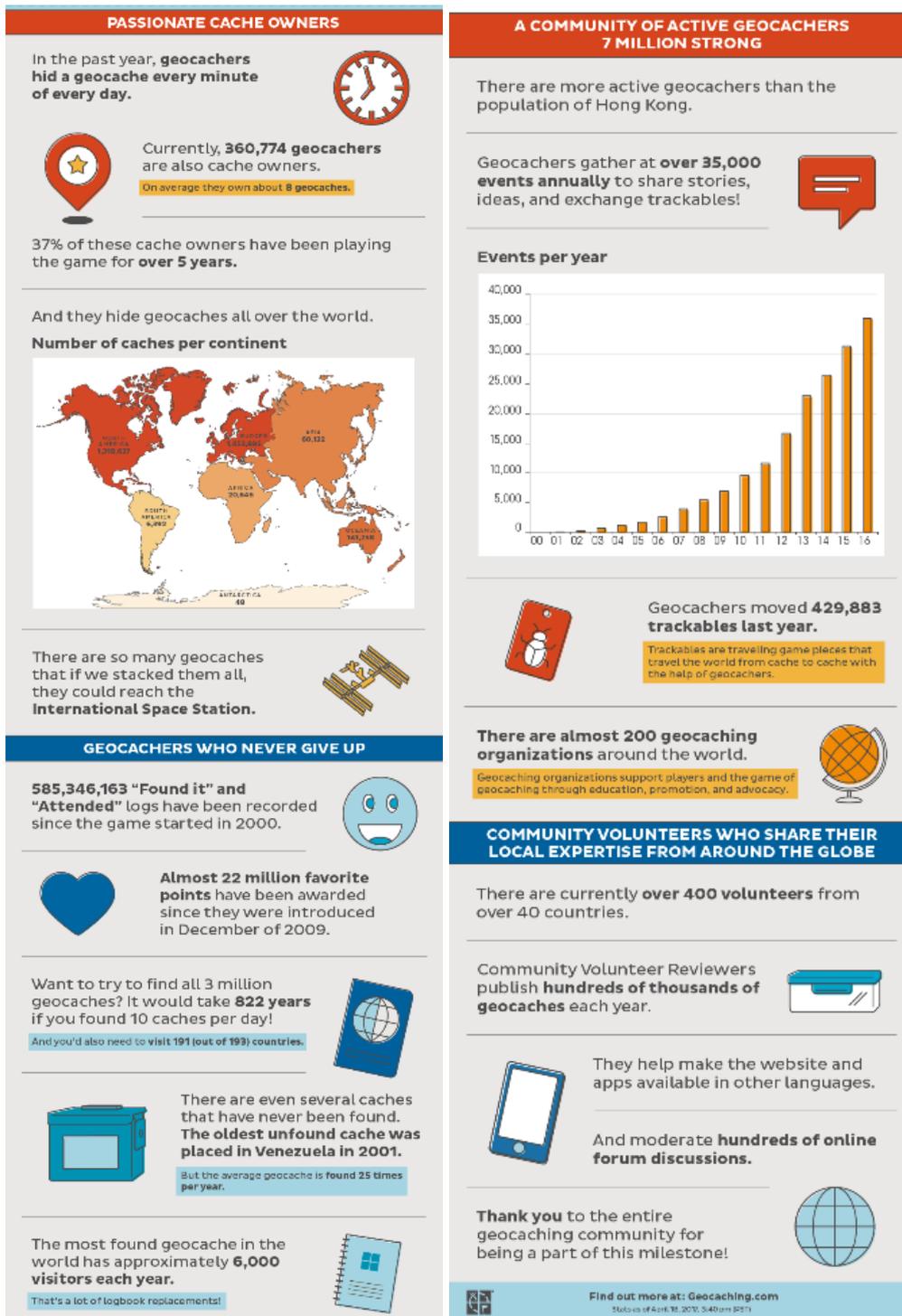


Gráfico 3. Infografía de Geocaching por 3M de cachés escondidos. Fuente: <https://cutt.ly/zKKCvXr>

Pero tal y como se explica en en el blog de la página oficial de *Geocaching* titulado “*Geocaching a través de los tiempos*”, a través del usuario Sarah (2020), el juego de Geocaching no surgió por arte de magia en el cerebro de Dave Ulmer en 2000, sino que anteriormente se había documentado y basado en juegos precedentes basados en la ubicación.

El primero de estos juegos, aunque no se trata de un juego como tal, es la señalización. Desde sus inicios, la humanidad ha empleado puntos de referencia físicos para orientarse como por ejemplo las estrellas. A partir de la observación, se puede guiar a la gente empleando una serie de imágenes y textos para formar señales e instrucciones.

Otro de los juegos en los que se basa el Geocaching, es la orientación, deporte que surgió en s. XIX en Suecia. Inicialmente con usos militares donde el objetivo era atravesar tierras desconocidas con ayuda de un mapa y una brújula. Al tiempo se convirtió en una actividad lúdica bastante popular, y se introdujo en los Juegos Mundiales.

Paralelamente, en Inglaterra en 1854 con James Perrot, nació el letterboxing, un juego muy similar al *Geocaching*. Esta actividad consistía en dejar postales en el interior de una botella situada en Cranmere Pool con el objetivo de que los siguientes visitantes las cogieran y enviaran. Se popularizó y actualmente cuenta con más de 10.000 buzones por EE.UU.

Años más tarde, en el año 2000, en EE.UU. con la presidencia de Bill Clinton se eliminó la disponibilidad selectiva facilitando que cualquiera tuviera acceso a servicios con una gran precisión respecto a localización y dando origen a *Geocaching*, “la mayor búsqueda del tesoro del mundo”. A partir de ahí, desde que se ocultó el primer caché, la comunidad de geocachers ha ido creciendo, asentando sus propias bases y promoviendo la colaboración ciudadana. Actualmente hay más de 2 millones de tesoros repartidos en más de 200 países, con más de seis millones de buscadores por todo el mundo.

Pero Geocaching además de sus inicios, enumera y remarca otros eventos importantes a lo largo de su historia. Entre ellas está el lanzamiento de la página Geocaching.com a manos de Jeremy Irish en septiembre del 2000, por esas fechas ya había 75 geocachés ocultos.

En el mismo año, en los meses de octubre y noviembre de 2000, Jeremy Irish, Elias Alvord y Bryan Roth fundaron la empresa Groundspeak Inc. (dba Geocaching HQ) para apoyar el juego de geocaching.

Otro evento remarcable en la historia fue en 2002 cuando se comenzó la iniciativa conocida como Cache In Trash Out® (CITO), una iniciativa ambiental donde los geocachers y los grupos comunitarios trabajan juntos en eventos organizados para ayudar al medioambiente y a su entorno.

2.2.3. Público objetivo

Otro aspecto importante del Geocaching es el público al que se dirige, es decir, el grupo para el que se proyectan los juegos. En general, engloba a todas aquellas personas a las que les gusta explorar y encontrar tesoros ocultos, y que quieran interactuar con el entorno que les rodea a través de la tecnología.

El juego está hecho para todas las edades, pero la aplicación en sí, está recomendada para mayores de 13 años ya que en ella los usuarios interactúan mutuamente y tiene la opción de compras digitales. Es un juego que no tiene barreras demográficas debido a que tiene presencia en más de 185 países de los 7 continentes convirtiéndose en un juego internacional.

Para hacer una síntesis de las características de estos jugadores se ha realizado “el manuscrito del *geocacher*” donde se deja plasmada la manera en la que ven y disfrutan la actividad de *Geocaching*.



Figura 5. Manuscrito de un Geocacher. Fuente: Propia

Una vez conocido las características del usuario, podemos hacer una división de los diferentes públicos en los que se puede centrar *Geocaching*. En dicho trabajo se hace la división entre 2 grupos, el público jugador y el público colaborador.

- Para jugadores:

- Jóvenes de 20-35 años que les gusta explorar y jugar al aire libre, traspasar la pantalla.
- Familia, donde los padres sean usuarios y lo empleen para entretener a sus hijos.
- Amigos y gente que busque experiencias nuevas.
- Personas a las que les guste el senderismo, pasear y explorar.

- Para colaborar: (público potencial)

- Instituciones que aportan información cultural o educativa, como pueden ser museos.
- Universidades, colegios, campamentos de verano (actividades para el alumnado).
- Centros de información de turismo o ayuntamientos.
- Empresas dedicadas al medio ambiente
- Empresas que organizan rutas para despedidas/ cumpleaños/ reuniones.

Para tener una visión más profunda de las inquietudes y necesidades del público objetivo de Geocaching, se han realizado dos mapas de empatía, correspondientes a un jugador potencial de *Geocaching* y a un colaborador de la actividad.



Figura 6 y 7. Mapas de empatía del público objetivo de Geocaching. Fuente: Propia

2.2.4. Usos potenciales y reales

En los últimos años hemos presenciado una revolución en la tecnología que ha afectado irreversiblemente al desarrollo de las técnicas de exposición. Ahora es posible incorporar a nuestro sistema tradicional y conservador técnicas y recursos que hacen posible recuperar los criterios antes mencionados e incorporarlos al ejercicio de la docencia de un modo que divierta y motive a los alumnos sin necesidad de perder ni un ápice de rigor formal (Guerrero, M. de R., 2014).

Uno de estos recursos para el desarrollo de la técnicas de exposición o comunicación es el uso de elementos de juegos en contexto que no son juegos, es decir, la gamificación.

La gamificación se ha visto envuelta en una rápida adopción de iniciativas ecológicas, de marketing, empresariales y por supuesto, en la educación. Su potencial para moldear el comportamiento de los usuarios es interesante y eficaz para diversas áreas. Algunos centros de educación en línea como khanacademy.org o codeacademy.com, utilizan el juego para aumentar la participación de los usuarios. Cursos, talleres o asignaturas implementan la gamificación, con la idea de que los usuarios puedan aprender de una manera diferente y divertida. En esto la universidad no está fuera. Algunos profesores universitarios ya utilizan elementos de juego para alentar a los estudiantes a que se involucren en las asignaturas, para motivar la acción, influir en el comportamiento, mejorar habilidades, mejorar el proceso de evaluación, o para fomentar una competencia amigable entre ellos. Por supuesto también para mejorar la adquisición de conocimientos. (Contreras, R. S., 2017).

Pues *Geocaching* a través de la gamificación potencia el cuidado del medio ambiente y propone la iniciativa ecológica y medioambiental a través de sus eventos CITO, para preservar la belleza de los espacios naturales. A su vez, *Geocaching* está presente en diversas iniciativas educativas y turísticas como comenta [GeocachingSpain](http://GeocachingSpain.com) (s.f.).

USOS POTENCIALES EN LA EDUCACIÓN:

El geocaching nos permite trabajar cualquier tema de estudio del currículo desde los temas de matemáticas a los de lenguas pasando por biología y geología, física y química, educación física o geografía e historia. Evidentemente unos temas será más fácil desarrollarlos y otros no tanto teniendo en cuenta que el campo de juego es nuestra localidad o sus alrededores y que es limitado en cuanto a recursos pero un edificio

puede ser una figura geométrica, unos números, unos materiales realizados con unos elementos químicos, etc. (Izadi & Cavernario 2018).

Actualmente, ya existen algunas experiencias que a través del juego de *Geocaching* han aportado un beneficio en el ámbito educativo, un ejemplo de ello es el proyecto “*We are Geotrouvetou*” (WeareGeoTrouvetou, 2018), creado por la Escuela Concepcionistas de Barcelona y el Collège Sainte Marie des Ursulines de Toulouse. En él se emplea *Geocaching* para aprender y mejorar algunas de las competencias del ámbito matemático y del ámbito lingüístico, especialmente en lengua francesa. A su vez, Izadi & Cavernario (2018) enumeran algunas experiencias más que hay en marcha a día de hoy como:

- "El pasaporte de las 3Cs" del usuario Hurones Team, donde se enseñan valores a la familia y el alumnado, haciéndoles participar de manera activa en varios retos propuestos por los profesores y divididos en varias temáticas. (Hurones Team, 2016)
- "Leyendas de Palencia" del usuario Cavernario, se trata de una lista de 18 cachés que cuentan las leyendas de Palencia y acercan a los usuarios a los escenarios donde acontecieron. Algunos ejemplos de estas leyendas son “El gigante del Valle estrecho (versión bruja)” y “Vocabulario palentino” (Cavernario, s.f.)
- "Dichos cántabros" de GuriezoCity para enseñar los dichos populares en Cantabria. (GuriezoCity, 2016)
- "Cuentos infantiles españoles" 50 cachés creados por el usuario Aile Alhenai donde pretenden mantener y dar a conocer costumbres de las distintas regiones, además de animar a usar las bibliotecas públicas. (Aile Alhenai, 2018)

USOS POTENCIALES EN EL TURISMO:

El geocaching tiene mucho que ver con viajes y turismo. Es más, se puede decir que el geocaching es una aportación para el turismo, un turismo diferente y nada convencional, pues el objetivo de los jugadores es conocer (quien busca, que sería el turista) y dar a conocer (quien esconde, que sería el “guía local”) lugares interesantes y rincones con encanto, historia, experiencias y curiosidades que todos los *geocacher* vamos conociendo gracias al esfuerzo y dedicación de sus owners. Y es que para buscar las cajitas podemos viajar a lugares que no conocíamos. También acercarnos a parajes que creíamos conocer y que, gracias a una cajita, descubrir un rincón que no pensábamos que existía. (Cavernario, 2018)

(Cavernario, 2018) comenta que existen diferentes tipos de turismo dentro de *Geocaching*, dependiendo de lo que busca el turista. Pueden ser turismo:

- Activo: Turismo en el medio ambiente natural, en ella entra el ecoturismo.
- De aventura: En el que hay actividades con cierto riesgo como escalada, buceo, etc.
- Cultural: Destacan los aspectos culturales como son datos históricos, naturales, etc.
- Educativo: Centrado en la adquisición de conocimientos, capacidades y valores (como el esfuerzo, la tolerancia a la frustración...) Con los *earthcaché* se aprende geología, o los *mysterys*, se debe investigar para hallar las coordenadas finales.
- Social: Referido al turismo etnográfico, folclórico, gastronómico o enológico.

Todos estos tipos de turismo generan un impacto económico en la zona turística, pues muchos *geocachers* programan parte de sus vacaciones para conocer nuevos sitios y practicar esta actividad. Algún ejemplo de proyecto turístico con *Geocaching* son:

El “*Prepirineo Clandestino: encuentra el tesoro con geocaching*” en el cual se proponen 11 rutas culturales que invitan a recorrer las tres comarcas del Prepirineo Aragonés. En estas rutas se pueden encontrar por medio de pistas hasta 46 tesoros escondidos.(Turismo Hoya)

El geotour de Saja Nansa llamado “El Tesoro de los Templarios” donde se esconden 148 tesoros en los 18 ayuntamientos de la comarca. Este geotour hace referencia a cuando los Caballeros de la Orden del Temple, (orden que se fundó en 1119 y tenía como propósito proteger a los peregrinos que viajaban a Tierra Santa), dejaron escritas en el libro de San Cipriano, pistas para localizar 148 tesoros escondidos a lo largo del Camino, que habían ido acumulado en la orden. (*Saja Nansa.*, s. f.)

2.2.5. Transmedia en *Geocaching*

Es importante introducir el concepto transmedia debido a que el caso de estudio de dicho trabajo es mostrar *Geocaching* como una herramienta transmedia aplicada a la comunicación. El término transmedia fue introducido por Henry Jenkins, quien lo definió como “una forma novedosa de narración, concebida para contar historias a través de las múltiples plataformas y formatos, especialmente digitales.” (EAFIT,2017)

Otros teóricos han definido la narrativa transmedia como “un tipo de relato promocional donde la historia es desplegada a través de múltiples plataformas y medios de comunicación siendo los consumidores partícipes durante el proceso de realización y expansión” (Peiró, 2017), o como “múltiples relatos con carácter independiente y que se caracterizan por su distribución a través de diferentes plataformas y medios y la colaboración de los usuarios en el proceso de expansión narrativa.” (Scolari,C. 2013)

Además, Jenkins, H. (2003) también establece “los 7 principios básicos del Transmedia Storytelling” que debe tener una narrativa para poder considerarse transmedia. Estos principios son expansión vs. profundidad, continuidad vs. multiplicidad, serialidad, inmersión vs. extractabilidad, construcción de mundos, subjetividad y performance.

1. Expansión vs. Profundidad: La expansión se refiere a la capacidad que tiene el espectador de participar y difundir el contenido de la historia. La profundidad hace referencia al interés que tienen los espectadores en consumir más aspectos de productos transmedia que sean interesantes y atractivos. En resumen, cuando las audiencias buscan más información sobre la narrativa y sus extensiones. Ambos conceptos se relacionan y complementan mutuamente. TransmediaLab. (2019)

Empezando por los principios de expansión y profundidad, *Geocaching* cuenta con grandes posibilidades de **expansión** debido a que el usuario dentro de la app puede participar y dar su opinión sobre los cachés, además hay foros donde la gente habla y difunde el contenido sobre el juego. A todo esto se le suman las RR.SS. donde la audiencia puede expandir todo sus conocimientos, creaciones y opiniones. *Geocaching* no es simplemente un juego sino que tiene mayor **profundidad**, muchos buscan algo más y lo encuentran en los eventos, charlas, conferencias y blogs oficiales, los cuales aportan un extra a su experiencia.

2. Continuidad vs. multiplicidad: La continuidad es la coherencia y credibilidad que debe tener una historia, la cual debe seguir una línea común, es decir, no tiene que contradecirse. Multiplicidad es la posibilidad de acceder a diferentes versiones en la narrativa, en la que pueden presentarse otras perspectivas de los personajes o de los acontecimientos. TransmediaLab. (2019)

Para entender el relato, no es necesario consumir las múltiples partes que componen la narrativa transmedia, ya que tienen independencia unas de otras. Sin embargo, que sean independientes, no significa que no tengan ciertos elementos en común, que son los que aportan esa sensación de continuidad y de coherencia narrativa.

En el caso de *Geocaching*, los cachés son independientes, pero todos mantienen ciertas características comunes como por ejemplo que todos están ocultos, registrados en la app y tienen pistas. En *Geocaching* existe la posibilidad de acceder a diferentes versiones en la narrativa. Un ejemplo, son los tipos de cachés. Se puede buscar simplemente los tradicionales, o se puede buscar los mystery o letterboxing en los cuales se necesita algo más de ingenio y destreza para conseguir hallar el caché. Alrededor de todo el juego se encuentran muchos tipos de cachés y eventos, por ello da un sentido de multiplicidad a la narrativa.

3. Inmersión VS. extrarrealidad: La inmersión se entiende cuando la audiencia puede adentrarse en la historia, es decir, puede formar parte del universo de la narrativa. Por otro lado, la extrarrealidad es lo contrario, se refiere a poder sacar elementos de este universo y traerlos al mundo real. TransmediaLab. (2019)

Por una parte *Geocaching* tiene una gran **inmersión**, puesto que es un juego donde la audiencia se adentra y se involucra en la actividad. Para conseguir encontrar el contenedor oculto deben de indagar, resolver enigmas y llegar a las localizaciones. Por otro lado, también tiene un nivel de **extrarrealidad**, ya que existe una mezcla de lo digital con el mundo físico, pues muchos de los elementos del juego, como por ejemplo los cachés, se materializan en el mundo real. Un buen ejemplo de extrarrealidad es el merchandising que venden por todo el mundo a través de tiendas oficiales o distribuidores internacionales.

4. Construcción del mundo: Se debe construir un universo regido por una serie de normas y características que le den la posibilidad de ser expandido en diferentes plataformas y formatos, tanto en el mundo físico y real como en el ficticio. El planteamiento de dicho universo es lo que posibilita el generar una relación con el espectador. Todas las extensiones que pueda tener una narrativa ayudan a enriquecer y expandir este universo transmedia. (TransmediaLab. 2019)

Como se ha podido conocer, la actividad de *Geocaching* está regida por una serie de reglas, con las que el usuario ya está familiarizado, relacionadas con la geolocalización en la app, el uso de las hojas de registro, pistas, tipo de cachés, etc. Gracias al conjunto de todo se da la posibilidad de la **construcción de mundos** en diferentes plataformas y formatos, tanto en el mundo físico y real como en el ficticio.

5. Serialidad: La narrativa puede dividirse para ser distribuida, esto ocurre con las series divididas en capítulos, los cómics seriados que se venden por entregas y las series radiofónicas. TransmediaLab. (2019)

Geocaching es una actividad que se puede fragmentar, ya que el usuario decide si buscar cachés individuales, buscar sólo de algún tipo, realizar una ruta de cachés o por el contrario dedicarse a esconder cachés en lugar de buscarlos. No hace falta encontrar todos los cachés para tener una experiencia completa. El juego está fragmentado en cachés y estos mismos están subdivididos en tipos por lo que cumple con el principio de **serialidad**.

6. Subjetividad: Se deja que la audiencia vea y entienda la narrativa desde diversos puntos de vista en relación a los personajes y acontecimientos. Así se puede tener distintas percepciones de lo que ocurre en la historia. Algunos ejemplos son cuentas de personajes de historias transmedia en las redes sociales, las cuales pueden ser oficiales o simplemente creadas por los mismos fans. TransmediaLab. (2019)

Dentro de la descripción de cualquier caché, existe el apartado de “Actividad”, donde todos los usuarios que han buscado este caché pueden dejar un mensaje para contar su buena o mala experiencia. *Geocaching* al mostrar los diferentes puntos de vista de los usuarios adquiere este principio de **subjetividad** puesto que en este los usuarios son los personajes de esta narrativa transmedia.

7. Rendimiento (performance): Es la capacidad de la historia transmedia para motivar a los fans a crear sus propios contenidos. Es un punto importante debido a que una narrativa sea transmedia, necesita prosumidores. Las creaciones por parte de estos fans pueden ampliar el universo transmedia. TransmediaLab. (2019)

Si algo caracteriza al juego de *Geocaching* es que sus usuarios son grandes prosumidores, característica esencial de una narrativa transmedia. “La audiencia pasa a ser activa, participativa, para formar parte en los procesos creativos y aportar al universo transmedia.” (Carrera, P. et al., 2013). Los geocachers pueden y crean sus propios cachés, los cuales tras ser revisados y aceptados por la comunidad, pasan a ser parte de los cachés oficiales del juego. Existe un nivel de **performance** muy elevado, ya que se motiva a los jugadores a crear sus propios contenidos para que así se amplíe el universo de *Geocaching*.

Este último principio es esencial para que una narrativa pueda definirse como transmedia. Scolari lo corrobora afirmando que “sin prosumidores no hay narrativas transmedia” (Scolari, C., 2013)

Para que los consumidores pasen a prosumidores, deben crear contenido propio sobre la narrativa y esto tan solo se consigue si este público lo siente como parte de él. “los fans sólo se apropian de aquello que realmente aman y lo reivindican como propio” (Duarte, P. 2015) en la revista de ciencias sociales y comunicación Sphera pública.

En resumen, el transmedia es un tipo de relato donde la historia se despliega a través de diferentes plataformas de comunicación, con el objetivo que los consumidores asuman un rol activo en este proceso de expansión. No debe confundirse el cross-media, el cual no requiere la participación del usuario ni es necesario que sean narrativas independientes. Se puede considerar la narración transmedia como aquella cuyos relatos aparecen interrelacionados manteniendo, a su vez, independencia narrativa y sentido completo.

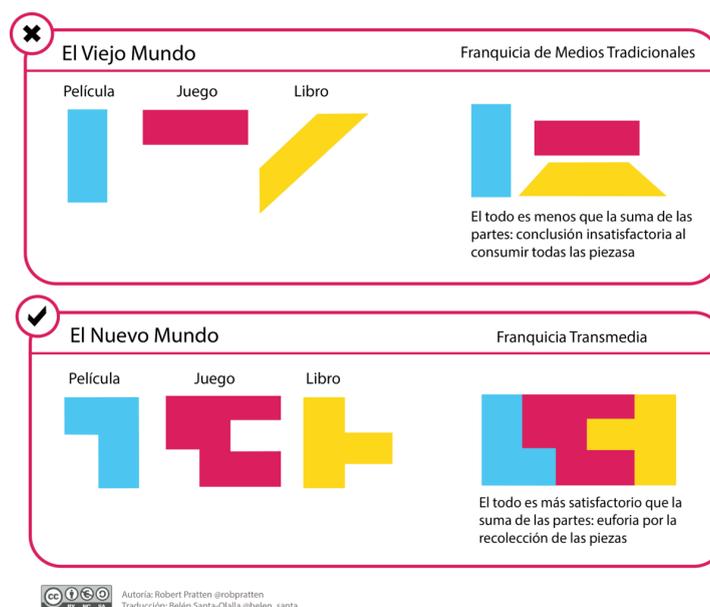


Figura 8. Medios tradicionales VS transmedia. Fuente: Google Imágenes <https://cutt.ly/mKKXwCb>

Las piezas que componen el universo transmedia de *Geocaching* son elementos que se relacionan entre ellos, y aportan un extra a la experiencia. Este universo se constituyó a partir de la creación y popularización del juego, seguidamente se fueron agregando elementos que finalmente dieron paso al concepto transmedia.

3. CASO PRÁCTICO

3.1. *Análisis del desarrollo empresarial de Geocaching*

3.1.1. Identidad corporativa

A continuación, se analiza la identidad corporativa de *Geocaching*, es decir, el conjunto de características con las que se identifica y se diferencia de las otras organizaciones. Estos son los que le dan personalidad, los que la hace única y diferente frente al resto.

- **Nombre:**

La actividad originalmente se conocía como “la búsqueda de escondite de GPS” o “gps stashing”. Esto se cambió poco después del *hide original* cuando se sugirió en el gps stash eGroup que «stash» podría tener connotaciones negativas y se adoptó el término *Geocaching* según narra Hisour (2018).

Geocaching, es un conjunto de dos palabras, la primera, una palabra griega “geo” que hace referencia a la tierra y la segunda “caching” palabra inglesa que significa campo secreto. (AXA Partners, 2020). Este nombre significa almacenamiento de caché en la tierra, muy acorde con la actividad, pues consiste en la búsqueda de tesoros (cachés) por todo el mundo.

- **Logotipo:**

Se comenzó a usar el logotipo de *Geocaching* en 2001, el cual se ha ido actualizando y rediseñando. Se trata de un logo compuesto por diferentes elementos, en él se puede encontrar la silueta de una persona que representa al usuario, un camino o ruta y una bandera. El conjunto de todos estos elementos compone una imagen que hace referencia a los típicos mapas piratas de la búsqueda del tesoro, donde la silueta de la persona también es la “x” del mapa.



Figura 9 y 10. Logotipos de Geocaching. Fuente: Google Imágenes: <https://cutt.ly/TKKCZlo>

- **Tipografía:**

Geocaching utiliza la fuente ITC Avant Garde Gothic Pro DemiBold como tipografía de su marca, la cual se caracteriza por ser geométrica y sin serifa. Tiene una buena legibilidad.



Figura 11. Tipografías de Geocaching. Fuente: kit de geocaching: <https://cutt.ly/hKKVrtD>

- **Colores corporativos:**

El logotipo original de *Geocaching* HQ se componía por 4 colores: amarillo, azul, rojo y verde, además de usar el negro como auxiliar, como se puede observar en la Figura 55.



Figura 12. Desglose de colores del anterior logo de Geocaching. Fuente: <https://cutt.ly/WKKVT0r>

Hace unos años se hizo un rediseño de la imagen y modificaron su colores corporativos, dejando solamente el color verde. Dicho color como todos los colores tiene su propia simbología que es adquirida a través de su asociación con elementos del mismo color. El verde genera un significado psicológico relacionado con la naturaleza y la vegetación. También se vincula con la vida, la fuerza, la energía, la esperanza, el optimismo y la buena suerte. (Castillero, O., 2018)



Figura 13. Desglose de colores del logo actual de Geocaching. Fuente: <https://cutt.ly/WKKVT0r>

La comunidad de *Geocaching* está encantada de que la gente quiera usar su imagen para hacer actividades relacionadas con ellos, por este motivo dejan disponible un zip descargable que contiene sus logos en formato png tanto en color como en blanco y negro. Pero para poder hacer uso de esto, se deben cumplir unas normas establecidas por las leyes de la propiedad intelectual. Estas normas las tienen recogidas en su página web.

- **Idioma de *Geocaching*: Glossary**

La comunidad ha ido generando su propio lenguaje específico para comunicarse entre los aficionados a la actividad. Para ello han creado un gran glosario de términos específicos de *Geocaching*. Algunos ejemplos de *Geocaching Glossary*.(s. f.). son:

- **Caché:** Una versión abreviada de la palabra geocaché.
- **DNF:** (Did Not Find) "No encontrado". Un acrónimo utilizado por los geocachers para dar a entender que no encontraron un caché.
- **FTF:** (First to Find) "Primero en encontrarlo" . Acrónimo utilizado por los geocachers en el libro de registro de los cachés físicos, o bien al registrar un caché online, para resaltar que ha sido el primero en encontrar un geocaché nuevo.
- **Muggle:** Término inspirado en la saga de Harry Potter, hace referencia a todas aquellas personas que no son geocachers y no conocen la filosofía y reglas de la actividad.

3.1.2. Equipo

El equipo que hay detrás del juego *Geocaching* está compuesto por un grupo de personas muy diversas. Glassdoor, una empresa especializada en ofrecer a los usuarios información valiosa sobre todo tipo de empresas, expone que *Geocaching HQ* tiene una plantilla de 51 a 200 empleados, con 120 de ellos identificados en la red social de LinkedIn. (Glassdoor, s.f.). Audrey Kettler, gerente de marketing de Ciclo de vida, comenta que en una entrevista con *Built In Seattle lo siguiente* sobre la búsqueda de empleados para la empresa:

“Los candidatos ideales son colaboradores y efectivos, pero también están listos para arremangarse” (Built in Seattle, 2019). Para ellos su objetivo debe ser ayudar a que los jugadores vivan una aventura y descubran lugares por todo el mundo, por lo tanto, entre sus cualidades buscan candidatos apasionados y orientados a los resultados que les ayuden a llegar allí.

Además de los trabajadores oficiales, hay una gran parte del equipo de Geocaching conformado por voluntarios. “Los voluntarios no sólo sirven al mundo del *Geocaching*; lo representan. Los geocachers voluntarios son un grupo diverso y trabajador de casi 40 países. Están involucrados en sus comunidades locales y ayudan a un número creciente de nuevos geocachers a descubrir y disfrutar de la actividad.” (Voluntarios Geocaching, s. f.).

Estos voluntarios pueden ser de 4 tipos: revisores, moderadores, traductores y geoawares:



Figura 14. Tipos de voluntarios de Geocaching. Fuente: <https://www.geocaching.com/volunteers/>

Bloomberg (s.f.), empresa que ofrece información empresarial y financiera sobre diferentes empresas, expone que *Geocaching* pertenece al grupo Groundspeak Inc., fundada por Jeremy Irish, Bryan Roth y Elias Alvord en 2000, Seattle, Washington, Estados Unidos.

3.1.3. Misión, visión y valores

Geocaching es una empresa privada con más de 20 años de experiencia de Fremont en Seattle. Desde sus inicios lo tienen muy claro “Nuestra misión es inspirar la aventura al aire libre, la exploración y la comunidad.” (*Geocaching* | *Careers*, s. f.)

Geocaching se basa en cuatro valores fundamentales, los cuales son los cimientos de su comunidad: pasión, autenticidad, eficacia e inclusión.

“Somos apasionados. Creemos firmemente que el *Geocaching* está haciendo del mundo un lugar mejor. Somos auténticos. Decimos la verdad, aceptamos nuestra singularidad y pedimos ayuda cuando la necesitamos. Somos efectivos. Nos orientamos a los resultados y sabemos que las mejores ideas surgen de la colaboración. Somos inclusivos. Usamos una lente de pertenencia e inclusión en todo lo que hacemos.” (*Geocaching* | *Careers*, s. f.)

La empresa tiene una cultura en la que prioriza el disfrutar en el trabajo, y gracias a ello han sido obsequiados con el premio a “Mejores lugares para trabajar en Seattle” en 2021, 2020, 2019. (BuiltIn, 2019, 2020, 2021)

Este es un lugar donde haces amigos en tu primer día, chocas los cinco con los perros de la oficina semanalmente, compartes tus pensamientos e ideas sin filtrar con el cofundador, te llenas de dulces nostálgicos de la infancia de los cajones mágicos de refrigerios (#chocopie), juegue fútbol de fantasía con el director financiero y (quizás lo más importante) pase sus fines de semana desconectado del trabajo de verdad y sin pedir disculpas. Geocaching HQ es como un geocache en sí mismo: una verdadera joya escondida entre los gigantes tecnológicos y las nuevas empresas en Seattle, justo debajo de tus narices. (*Geocaching*)

El trabajar en esta empresa reporta una serie de beneficios que exponen en su web:



Figura 15. Beneficios de trabajar en Geocaching HQ. Fuente: <https://www.geocaching.com/careers>

La visión de *Geocaching* es que su actividad lúdica de Geocaching llegará a todo el mundo, todos los países y todas las personas. Pues ya ha conseguido convertirse en la mayor búsqueda del tesoro del mundo llegando a la cifra de 191 países diferentes en los 7 continentes. A la vez de fomentar y ayudar en el cuidado del entorno y medioambiente.

3.1.4. ¿Cómo jugar?

Existen 2 maneras de jugar dentro de la comunidad: encontrando o creando cachés. Para ambas actividades se debe estar registrado en la aplicación.

Búsqueda de Geocachés

Después de crearse un perfil, se busca en el mapa la ubicación por la cual quieres desplazarte. En él, aparecen señalados todos los cachés que hay disponibles. Los usuarios premium también pueden seleccionar cachés de la lista que tengan guardada.

A continuación, se debe seleccionar uno, para conocer las características que tiene sobre dificultad, terreno y tamaño, todas ellas valoradas en una escala del 1 al 5. En el apartado descripción se comenta la historia o curiosidades del lugar o algo en concreto que quiera explicar el propietario del caché.

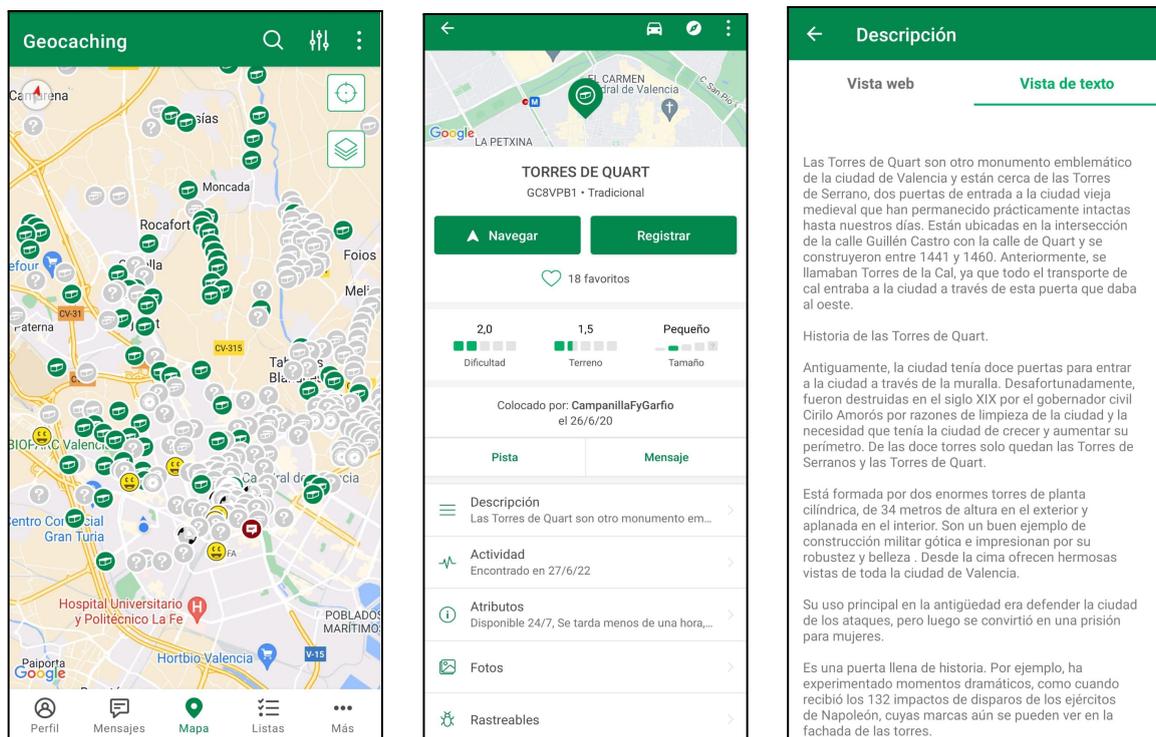


Figura 16, 17 y 18. Capturas del juego de Geocaching. Fuente: App Geocaching

A la hora de realizar la búsqueda de algún caché por la aplicación, los usuarios Premium tienen la opción de poner filtros para poder ver cachés con características específicas. Estos filtros engloban el tamaño, tipo de caché, dificultad y terreno, ubicación, etc.

Una vez decidido el caché que se quiere buscar, se debe desplazar hasta las coordenadas que te proporciona la descripción del caché. Para llegar a él, la aplicación de juego tiene una brújula la cual te muestra la distancia a la que te encuentras del caché y que dirección debes seguir, aunque también está la opción de utilizar el navegador de Google Maps.

Al llegar a la ubicación solo queda lo divertido, explorar el lugar para encontrar el caché o una respuesta al enigma que una vez superado proporciona las coordenadas del contenedor final. Además, si resulta difícil encontrarlo, en la ficha del caché existe el apartado “pista”, donde hay una pequeña ayuda para el usuario. Una pista común suele ser “caché magnético” y da a entender al jugador que el contenedor tiene un imán y por tanto se encuentra adherido a una zona metálica.

Finalmente, se registra la búsqueda en la aplicación tanto si se ha encontrado como si no. En ambos casos, se debe escribir un mensaje sobre cómo ha sido la experiencia para que los siguientes jugadores y el propietario la conozcan. Los cachés encontrados quedan marcados con un Emoji amarillo de carita feliz, en cambio los DNF (don't found) con una azul triste, como se puede observar en la figura 14. Y a por el siguiente geocaché. Además los encontrados también se registran físicamente en las hojas que hay en el interior del contenedor.

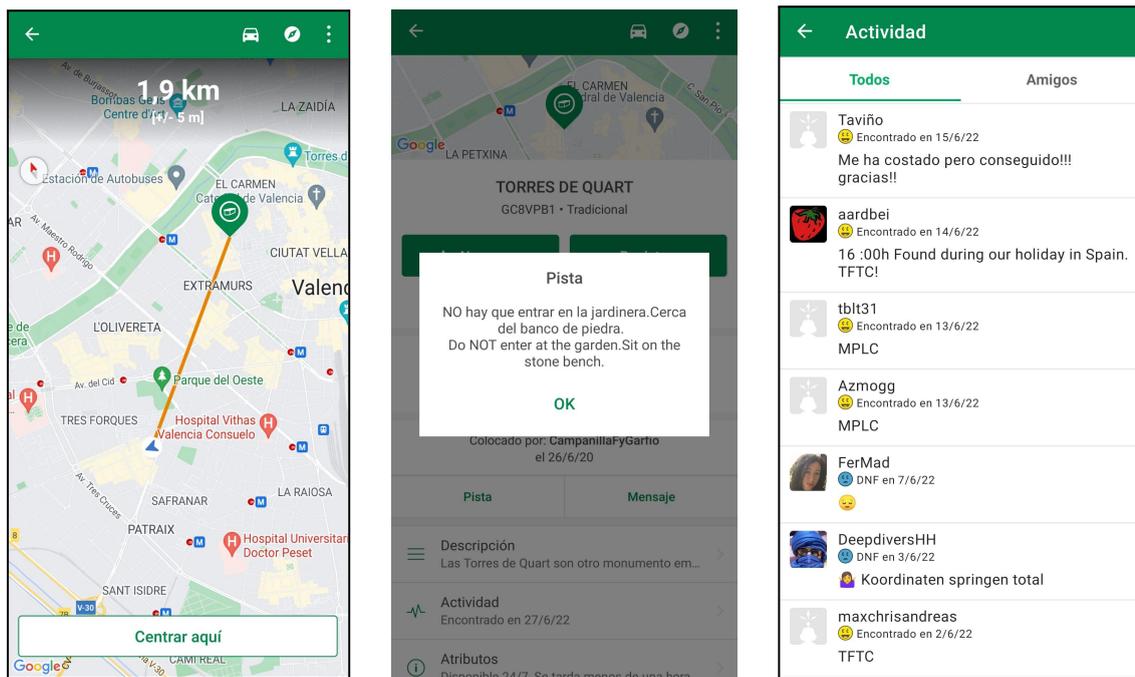


Figura 19, 20 y 21. Capturas del juego de Geocaching. Fuente: App Geocaching

Creación de geocachés: esconder geocachés

La otra opción de juego es esconder cachés propios, para ello se debe seguir las “directrices para esconder” que marca *Geocaching* en su página web. Se recomienda que antes de empezar a ocultarlos, se hayan encontrado anteriormente diversos cachés de diferentes tipos y propietarios, para tener un mayor conocimiento del tema.

Una vez conocidas las normas, hay un pequeño cuestionario donde se pone a prueba el conocimiento del usuario sobre ellas. Al ser apto, el siguiente paso consiste en elegir bien la ubicación del escondite y proporcionar las coordenadas exactas, las cuales cumplan los requisitos que se mencionan en las directrices y que más adelante se explica sobre la localización de un caché.

A continuación, se debe preparar el contenedor que se ocultará. Para ello, debe de seguir ciertos requisitos, como que sea resistente al agua, que se tenga fácil acceso a su contenido y que contenga en su interior un libro de registro en el que todos los usuarios que lo localicen puedan anotar su nombre y fecha del hallazgo. El tamaño del contenedor dependerá del lugar escogido para que sea escondido.

Finalmente, una vez todo listo se crea una página del caché donde se rellena los datos necesarios para que un voluntario de *Geocaching* pueda acudir a revisarlo y hacer las comprobaciones pertinentes. Una vez superada esta fase, solo queda seguir manteniendo el *geocaché* en perfectas condiciones, revisándolo, reparándolo y/o cambiándolo periódicamente, para mantenerlo, también se debe de ir comprobando que hay suficientes hojas para registro, añadiendo más si fuese necesario y conservándolo de la mejor manera posible.

Geocaching aporta un manual con la información básica para realizar la actividad de esconder un geocaché en *Geocaching* sintetizada en 8 pasos. (*GROUND SPEAK*. s. f.).

1 **Encuentra geocachés para inspirarte**
Intenta encontrar una variedad de tipos y tamaños de cachés ocultos por diferentes propietarios.
[Encontrar más geocachés](#)

2 **Lee las directrices**
Cada caché debe seguir las directrices de ocultación de geocachés, ¡por favor léelas! Obtén información sobre la distancia que deben guardar los cachés entre sí, cómo respetar el entorno, las políticas regionales y demás.
[Directrices para esconder](#)

3 **Haz el test del ocultador**
Se necesita más que un escondite inteligente y un gran contenedor para ocultar un geocaché. Pon a prueba tu conocimiento de las directrices que acabas de leer.
[Haz el cuestionario](#)

4 **Elije una ubicación única y obtén coordenadas precisas**
Un caché de calidad lleva a la comunidad a una ubicación interesante. Las coordenadas precisas son esenciales para los buscadores y para garantizar que el lugar esté disponible.
[Obtén coordenadas precisas](#)

5 **Prepara un contenedor de calidad**
Asegúrate de que el contenedor sea resistente al agua, duradero y de que contenga un libro de registro nuevo. Recomendamos que el contenedor sea tan grande como su ubicación lo permita.

¿Listo para ocultar tu caché?
[Esconde un caché](#)

6 **Creá tu página de caché y envíala para su revisión**
Asegúrate de ser propietario o tener permiso para cualquier foto o contenido que se agregue. Coloca el contenedor en su escondite, luego envía la página del caché para su revisión.
[Proceso de revisión del caché](#)

7 **Contacta con tu revisor**
Una vez que se ha enviado el caché, un revisor voluntario de la comunidad de geocaching comprueba la página de caché de acuerdo a las directrices. Puede hacer preguntas aclaratorias sobre tu caché en un registro de "nota de revisor".
[Escondidos no publicados](#)

8 **Mantén tu geocaché**
Una vez que se ha publicado el caché, trata de que siga siendo una experiencia positiva para otros geocachers. Supervisa los registros y visita la ubicación del caché periódicamente. Ten en cuenta que los cachés no mantenidos pueden desactivarse o archivarse.
[Panel del propietario del caché](#)

Figura 22. directrices para esconder un caché. Fuente: <https://www.geocaching.com/play/>

- **Localizaciones**

Los contenedores de cachés pueden ubicarse en variadas localizaciones. A la hora de ocultar uno de ellos, se debe tener en cuenta, si esta ubicación está en un lugar público, en el cual se puede tener acceso a él libremente, en ambos casos, público o privado, se aconseja solicitar y tener una autorización. Una de las condiciones importantes que tiene que cumplir dicho escondite, es la siguiente: “Los contenedores de cachés y etapas físicas o geocachés diferentes, deben guardar al menos una distancia de separación entre sí de 0.1 millas (528 pies o 161 metros).”

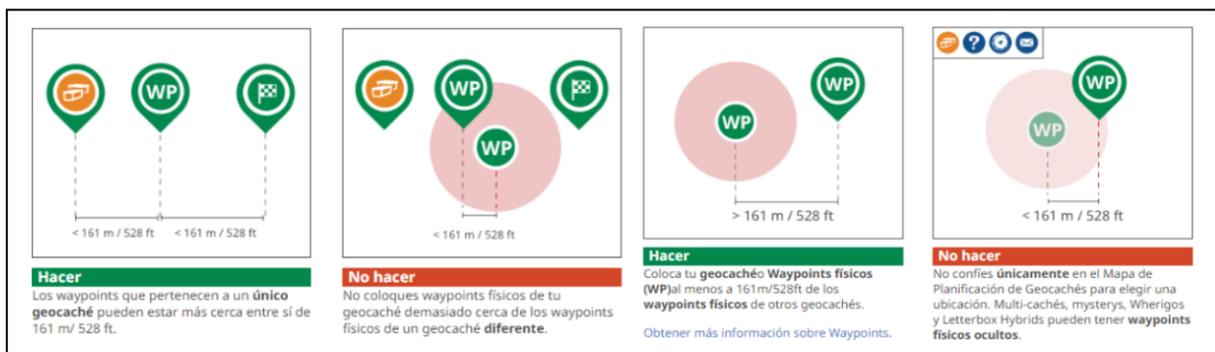


Figura 23. distancias para esconder un caché. Fuente: <https://www.geocaching.com/play/guidelines>

Existen otras normas como que no se debe colocar cachés en ubicaciones que requieran o animen a los *geocachers* a dañar propiedades, vida animal y/o vegetal. Además de ello, existen reglamentaciones adicionales que restringen aún más la colocación de geocachés en cada país, estas leyes se recogen en la página web de wiki.groundspeak.com. “Las leyes y pautas locales para la colocación de geocaching varían de un lugar a otro. A medida que los revisores de la comunidad aprenden las políticas de colocación de geocachés para una determinada ubicación, pueden agregarla aquí.” (Geocaching Wiki. 2021)

Es interesante el consejo del usuario Briansnat en la página oficial de Geocaching, en la que dice:

“Cuando vayas a esconder un geocaché, piensa en la razón por la que estás llevando a la gente a ese lugar. Si la única razón es el geocaché, entonces busca un sitio mejor.” (Briansnat, Usuario Charter, s.f.)

Porque la localización donde está escondido el contenedor debe de aportar un extra a la experiencia, y no ser escogido sin ningún motivo.

3.2. Elementos del universo transmedia de Geocaching



Figura 24. Universo transmedia de Geocaching. Fuente: Propia

3.2.1. App

La aplicación de *Geocaching* actualmente cuenta con más de 10 M de descargas en Play Store con una valoración media de 4,5 sobre 5 estrellas, y con 124.720 reseñas. La app se compone de cinco apartados diferentes en el menú principal: Perfil, Mensajes, Mapa, Listas y Más. A continuación, se explica cada uno de los usos de dichos apartados.

En el primer apartado, se encuentra el “Perfil”, donde se recoge una serie de datos del usuario, como el recuento de los geocachés encontrados y escondidos, los souvenirs obtenidos en el juego, el inventario de los rastreables y además para los usuarios premium existe la opción de tener acceso a una serie de estadísticas sobre su actividad.

El siguiente apartado es el de los “Mensajes”, un recopilatorio de todos los chats abiertos con otros usuarios del juego. Este apartado es útil a la hora de informar a cualquier propietario de un caché, ya sea para avisarle de que se ha llenado la hoja de registros, que el caché se encuentra en malas condiciones, extraviado, etc. También muchos usuarios lo emplean para pedir pistas extra cuando se les complica la búsqueda. Para entablar una conversación, basta con buscar el nombre de usuario del otro *geocacher*.

El tercer apartado es el “Mapa”, probablemente la pantalla más utilizada. Se trata de un mapa estilo Google Maps donde se puede ver las ubicaciones de los diferentes cachés escondidos en la zona seleccionada. Se puede usar para navegar y hacerse una idea global de la posición de cada uno de ellos. En el mapa cada tipo de caché tiene un icono y color diferente para poder distinguirlos. Por ejemplo, los tradicionales tienen un icono verde con la silueta de una caja, los multi cachés naranjas y con dos cajas, el mystery azul marino con un interrogante y el letterboxing el mismo azul pero con un sobre. En el mapa también se ven los emojis con caras contentas y tristes que corresponden con los cachés encontrados y no encontrados del mapa.

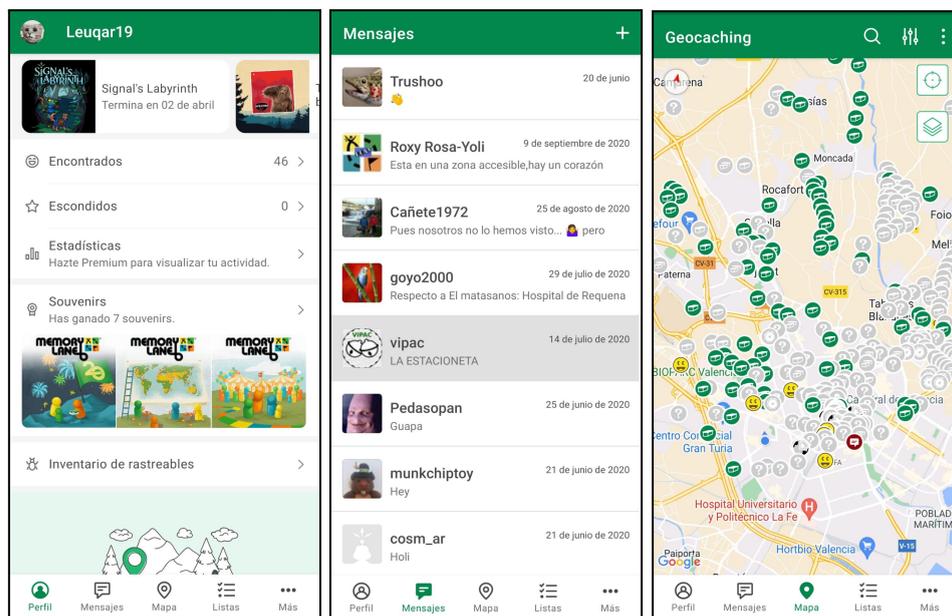


Figura 25, 26 y 27. Apartados de la App de Geocaching. Fuente: Propia/ App Geocaching

Al elegir un geocaché del mapa, se abre una pestaña con su nombre y un resumen de las características que tiene sobre la distancia a la que se encuentra, dificultad, tamaño y terreno. Cuando se selecciona se abre otra pantalla en la que encontramos la descripción completa del caché, pista, actividad, fotos, opción de registrar etc. Todas las opciones explicadas en el apartado “Búsqueda de Geocachés” y en la figura 9.

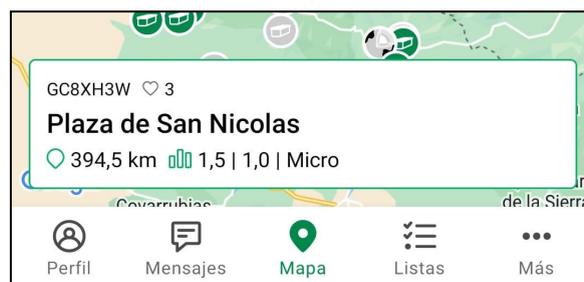


Figura 28. Caché en el buscador. Fuente: Propia/ App Geocaching

El cuarto apartado de la aplicación es una herramienta para los usuarios premium, las “Listas”. En ellas se da la posibilidad de guardar cachés para realizarlos en otro momento y de crear rutas propias uniendo los cachés que se desee y seleccione.

Finalmente el quinto y último apartado de la app es el llamado “Más”, en él hay diversas opciones como borradores, por si se tiene pensado publicar un caché pero no en ese momento, la opción de convertirse a premium, ajustes, Centro de ayuda y Tienda de *Geocaching*, que te redirige a la página web oficial.

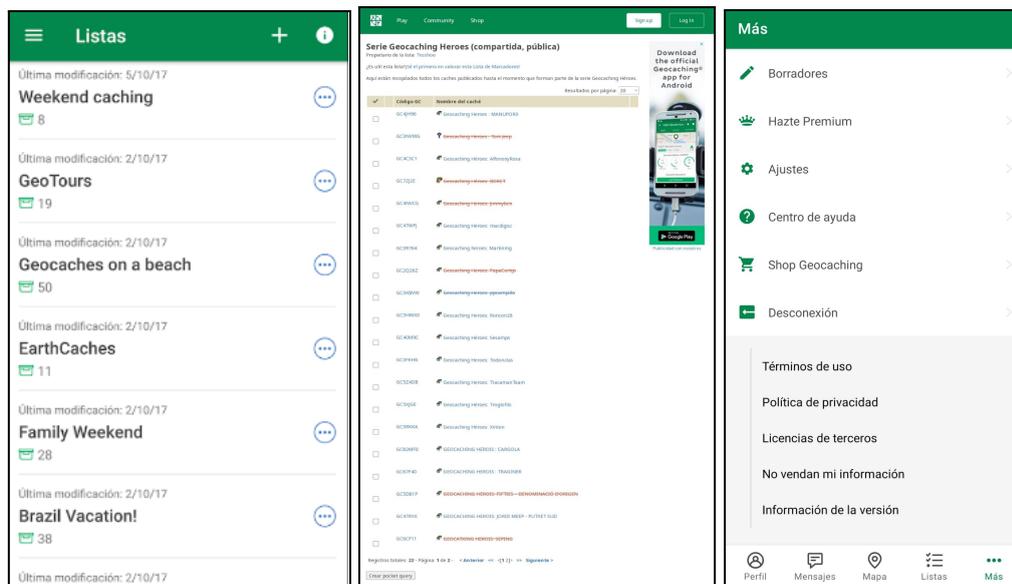


Figura 29, 30, 31. Apartados de la App de Geocaching. Fuente: Propia/ App Geocaching

3.2.2. Redes sociales

La comunidad de *Geocaching* necesita medios de divulgación que permita que los usuarios y potenciales usuarios, se conecten, interactúen, compartan y creen contenido, es por ello que la comunidad tiene presencia tanto en canales *online* como *offline*.

Al tener un público muy amplio *Geocaching* tiene presencia en todas las diferentes redes sociales, para poder llegar a todo su target, desde perfiles más jóvenes en Tiktok o Instagram, hasta perfiles más adultos en Facebook o Twitter. Además de ello, tienen un canal en Youtube.

En el presente trabajo se ha analizado dichos perfiles y por consiguiente el contenido publicado en ellos.



Figura 32. Perfil de Geocaching en las RR.SS. Fuente: TikTok, Twitter, Facebook e Insta.

● FACEBOOK

Facebook es su red social que alberga el mayor número de seguidores, puesto que cuenta con 606.789 personas siguiendo su perfil. El contenido publicado en Facebook suelen ser carteles informativos de actividades, eventos o noticias. Aunque de vez en cuando se publica algún vídeo donde se ve a la comunidad practicando la actividad de geocaching. Tienen cierta continuidad de publicación y se mantienen activos durante toda la semana. consiguen una interacción de 100-200 me gustas y un número un tanto bajo en comentarios teniendo en cuenta la gran cantidad de seguidores.

Al ser geocaching una actividad, existen muchos grupos sobre el tema donde los usuarios pueden preguntar y enseñar sobre sus conocimientos del juego, hablando de técnicas de camuflaje, lugares e incluso hacen quedadas. Se pueden encontrar grupos geocaching de todos los países, hay uno de España con casi dos mil miembros.

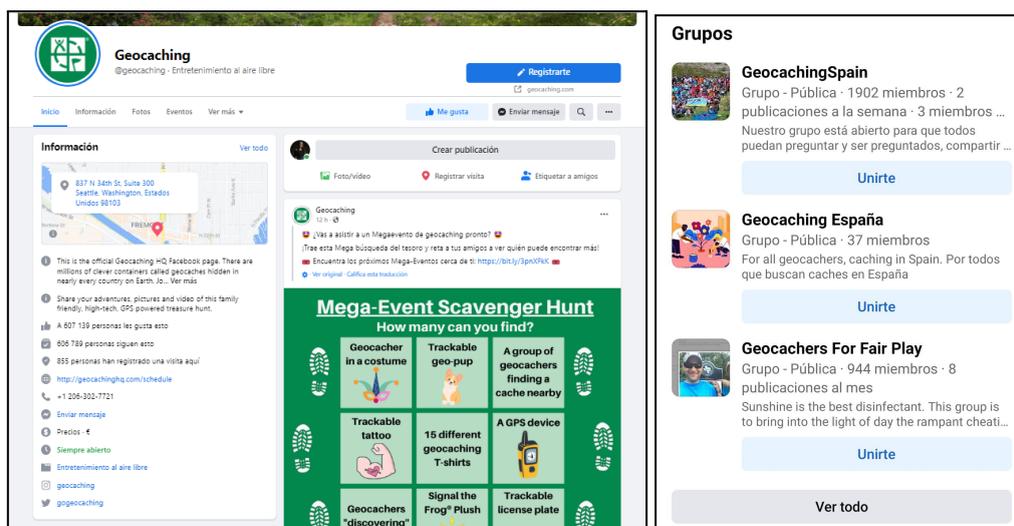


Figura 33. Post de Geocaching en Facebook. Fuente: <https://www.facebook.com/geocaching/>

- **INSTAGRAM**

Instagram es una aplicación que se ha centrado en la publicación de fotografías, con y sin filtros y efectos. En los últimos años también ha apostado por introducir los vídeos de diferentes duraciones (Stories, Reels vídeos, IGTV...) El público objetivo de Instagram está entre los 16 y los 40 años. Instagram atrae un público que entra a divertirse y pasarlo bien, no a buscar malas noticias, por lo que, en general, el clima de convivencia es más notorio que en otras redes sociales. (Varona Aramburu et al., 2019)

El perfil oficial *@geocaching* cuenta con un total de 230 K de seguidores y 2218 posts en Instagram. En cuanto al estilo que emplea esta cuenta, podemos observar que su foto de perfil (figura 31) y las portadas de las stories destacadas (figuras 32) siguen una misma paleta de colores de tonos verdes, su color corporativo y iconos simples y minimalistas.

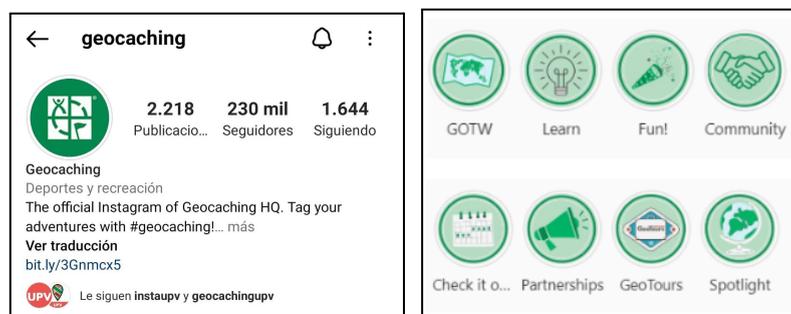


Figura 34 y 35. Perfil de *@geocaching* en Instagram. Fuente: <https://acortar.link/RUmqdn>

Las stories se emplean para llamar a la participación de los mismos usuarios, con encuestas, cuestionarios y juegos. También se usan para informar de noticias o novedades. en todas ellas hay un diseño divertido y alegre detrás donde predominan los verdes.

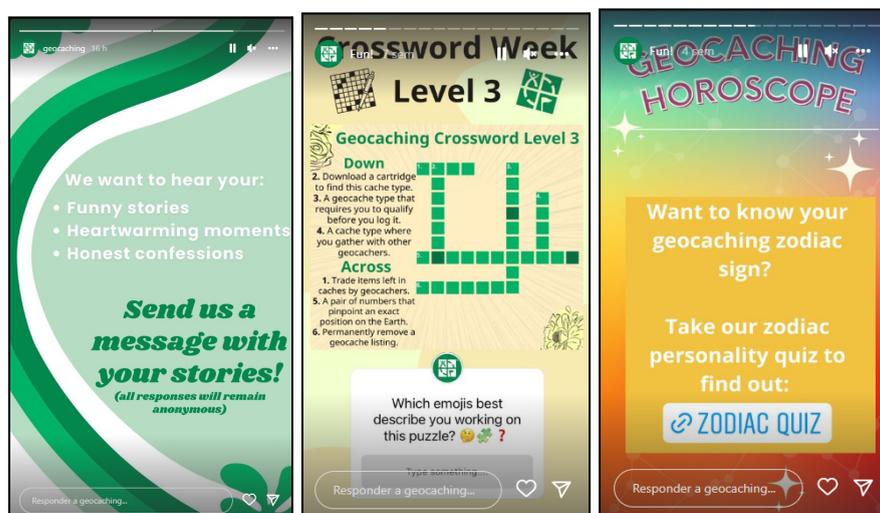


Figura 36, 37 y 38. Stories de *@geocaching* en Instagram. Fuente: <https://acortar.link/RUmqdn>

Pero centrándonos en los apartados de publicaciones o reels, no encontramos un feed con la misma estética, debido a que simplemente emplean imágenes sueltas o frames de los vídeos publicados. Muy naturales los vídeos en los que no parece que haya mucha edición, tan solo grabar una acción abriendo un contenedor o encontrando un caché. Muchos de ellos tienen lugar en la naturaleza pero no todas. Pero a pesar de no tener una estética conjunta, si que hay una coherencia en cuanto al contenido pues en todas las imágenes se ven diferentes geocachés o algo relacionado con la actividad.

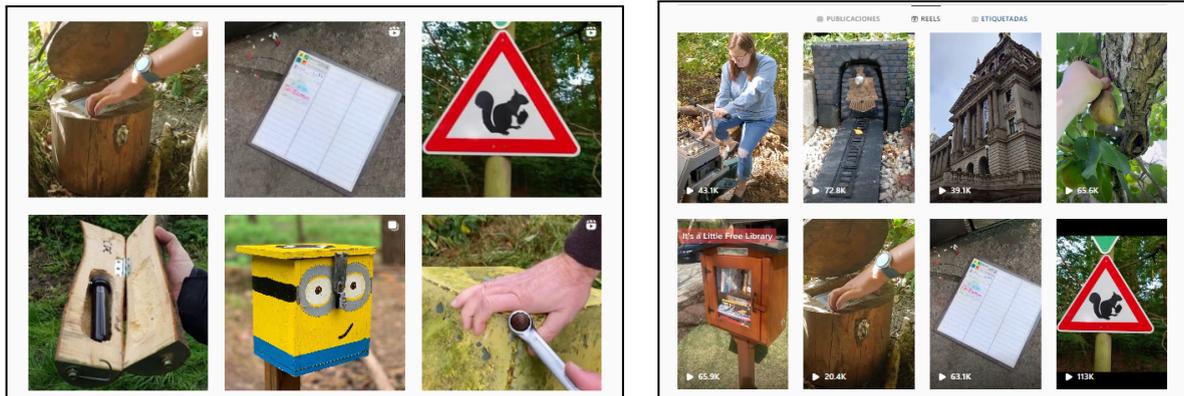


Figura 39 y 40. Post y Reels de Geocaching en Instagram. Fuente: <https://acortar.link/RUmqdn>

El contenido que se publica en dicha cuenta, en su mayoría son Reels, es decir, vídeos, los cuales también están visibles en el tablón de post. Todos los vídeos son sobre la actividad de *Geocaching* donde muestran cachés diferentes y llamativos, lugares curiosos donde están escondidos o aventuras encontrando cachés. Mucho del contenido que postean es creado por los perfiles de sus seguidores, por lo que en la descripción del vídeo o la foto dan reconocimiento a la cuenta propietaria del contenido.



Figura 41. Post de Geocaching en Instagram. Fuente: <https://acortar.link/RUmqdn>

El feedback de los seguidores es bastante bueno pues los vídeos tienen entre 1.000-5.000 me gustas, y unos 50 a 80 comentarios,

- **TikTok:**

Es el perfil más reciente, pues comenzó a subir videos en noviembre de 2021, pero no le ha frenado debido a que cuenta con 114.3 K de seguidores con 1.4M de me gustas en sus videos. Además, el hashtag “Geocaching” llega a tener 1.2B visualizaciones. Convirtiéndose así en la red social que tiene mayor feedback e interacción de sus seguidores.

En el feed de su perfil tienen 3 videos destacados de eventos que han hecho o van a hacer, aunque estaría bien que uno de ellos fuera un video explicativo sobre qué es *Geocaching* para todos aquellos que no lo conozcan.

Los videos están bastante bien, pues son creativos, llamativos y de buena duración. No suele haber voz en los videos si no que se emplean los sonidos y músicas de Tiktok. En algunos de los videos utilizan tonos de humor para expresar buen rollo.

Tienen una buena periodicidad porque publican video prácticamente todos los días. Su perfil tiene muchas visitas y seguidores, pero lo que le distingue de las otras redes es que estos seguidores tienen un grado alto de interacción, los videos no suelen bajar de las 10.000 visualizaciones y los 500 me gustas. En estos videos, al igual que en Instagram, muestran curiosidades y cachés de lo más extraños y vistosos para incitar al usuario a adentrarse en la actividad de Geocaching.

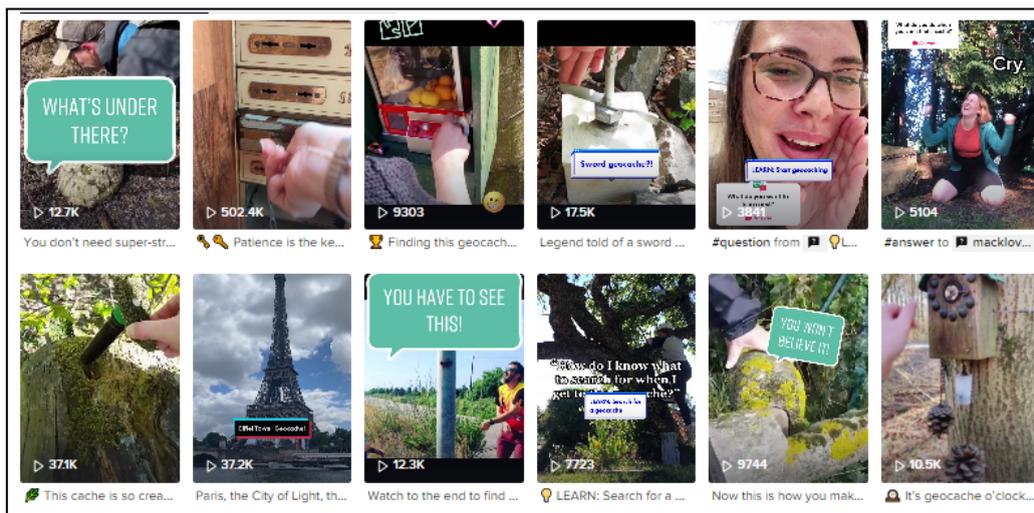


Figura 42. Videos de Geocaching en tiktok. Fuente: <https://www.tiktok.com/@geocaching?lang=es>

- **Twitter:**

Es una de las redes sociales menos utilizadas por la comunidad de *Geocaching*, aunque cuenta con un número bastante elevado de followers, concretamente 81 mil followers, tiene una interacción muy baja, ya que sus tweets tienen entre 20-40 favs y de 1-10 retweets.

Este contenido se caracteriza por subir tweets cortos de 1-2 líneas con contenido gráfico, ya sea imagen o vídeo. No se usan casi hashtags, a excepción del #geocaching, y de vez en cuando hay alguna mención a algún usuario relacionado con el contenido. Predomina el uso de enlaces para redirigir los usuarios a otras páginas, sobre todo a su blog oficial.

El contenido que se publica es informativo y/o para entretener, para ello emplean curiosidades o sugerencias sobre la actividad además de cuestionarios y quiz para los seguidores. La cuenta suele dar feedback a sus followers, contestando las menciones a la cuenta o comentando en publicaciones que hablan sobre el fenómeno *Geocaching*.

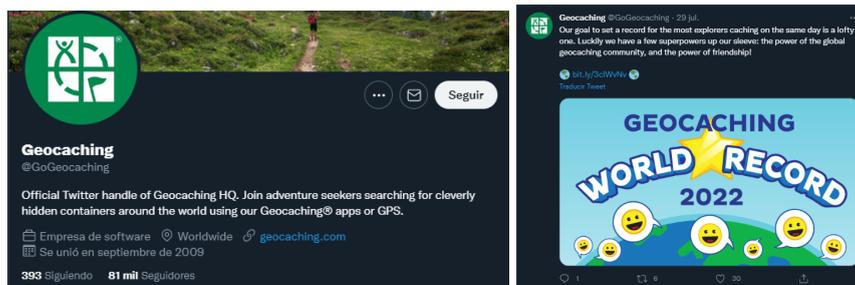


Figura 43 y 44. Perfil y tweet de Geocaching en Twitter. Fuente: <https://acortar.link/9FU8lp>

- **Youtube**

Geocaching tiene un canal de Youtube abierto y activo desde el 28 de diciembre de 2009, y cuenta con un total de 74.000 suscriptores en el canal. Es un canal que tiene una continuidad y asiduidad correcta debido a que se sube contenido al menos cada 2-3 días.

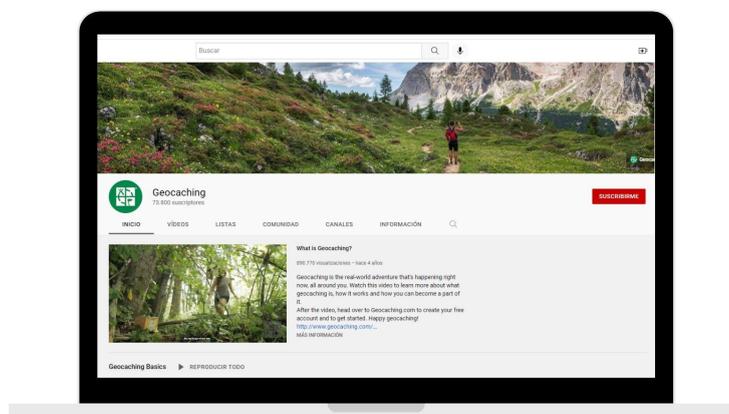


Figura 45. Canal de Geocaching en YouTube. Fuente: <https://www.youtube.com/c/geocaching>

Comenzando a analizar la página inicial, existe un vídeo destacado en el perfil de tan solo un minuto y medio en el cual se explica lo que es Geocaching, al ser un vídeo corto y rápido hace que sea conciso, claro y entretenido de ver. Dicho vídeo tiene casi 1 millón de visualizaciones y se trata del video más visto del canal.

El contenido a grandes rasgos se divide en 3 estilos de vídeos: vídeos normales de 1 a 3 minutos, los shorts de 60 segundos y los GIFF de 1 hora. En todos ellos, se enfocan a un público objetivo específico, el cual es los jugadores de la aplicación, es decir, los que forman parte de la comunidad *Geocaching*, ya que en los vídeo se comentan curiosidades, se muestran caches llamativos y diferentes, se mencionan noticias sobre el juego y sobre todo se ve a gente jugar.

- Videos

Estos vídeos tienen una duración de 1 a 3 minutos, donde se muestran personas realizando la actividad de *Geocaching*, en su mayoría encontrando un caché. Aunque existen vídeo informativos y educativos de como buscar o fabricar algún tipo de caché, explicación de algunas reglas básicas del juego, e incluso muestran rutas de geocachés.

Resaltar que las miniaturas de los vídeos, no están muy trabajadas a excepción de los vídeos de GIFF del año, por lo que deberían trabajar mejor las miniaturas para que tengan un estilo más homogéneo y llamativo.

- Short-videos

Son vídeos de formato vertical parecido a las stories de Instagram de una duración máxima de 60 segundos. Es un punto a favor que empleen los shorts de youtube, ya que estos ayudan a que los vídeos se viralicen más, El alcance de estos vídeos es sobre los 1000 a 5000 visualizaciones, aunque hay algunos que sobresalen, como por ejemplo el vídeo “Don’t take this caché for GRANITE” consiguiendo 30.000 visualizaciones en una semana. Pero no deben de sobresaturar tanto en la plataforma de youtube con este estilo de videos verticales pues existen otras plataformas más adecuadas para este estilo de video, como son instagram y tiktok. Deben subir más en horizontal, ya que exceptuando el vídeo del 9 de agosto, llevaban 3 meses sin subir uno horizontal.



Figura 46. Shorts del canal de Geocaching. Fuente: <https://www.youtube.com/c/geocaching>

- **Los GIFF Reel de cada año.**

Se trata de vídeos más largos, todos ellos tienen una duración de 1h aproximada.

Cada año realizan el GIFF (The Geocaching International Film Festival), en español traducido como “el Festival Internacional de Cine de *Geocaching*” el cual es un recopilatorio de una hora. En él se pueden visualizar diferentes cortometrajes relacionados con la actividad de Geocaching. Cada año predomina un color seleccionado previamente, el último festival fue el Reel de 2021 y fue el color amarillo. Son los vídeos que más alcance consiguen ya que rondan entre las 20.000 y 50.000 visualizaciones. Un motivo por el que Geocaching hace estas recopilaciones es porque

“Desde encontrar nuevos lugares, personas y rompecabezas favoritos, el *Geocaching* está lleno de momentos que deben capturarse en una película y compartirse con el mundo del *Geocaching*” (*Geocaching. s.f.*)

En general las duraciones de los vídeos son adecuadas pues no superan los 7-8 minutos de duración, tiempo que ya se hace más pesado para la época en la que la instantaneidad es la base de todo. Los GIFF a pesar de ser más largos estos son una composición de vídeos más cortos, por lo que no se hacen pesados.

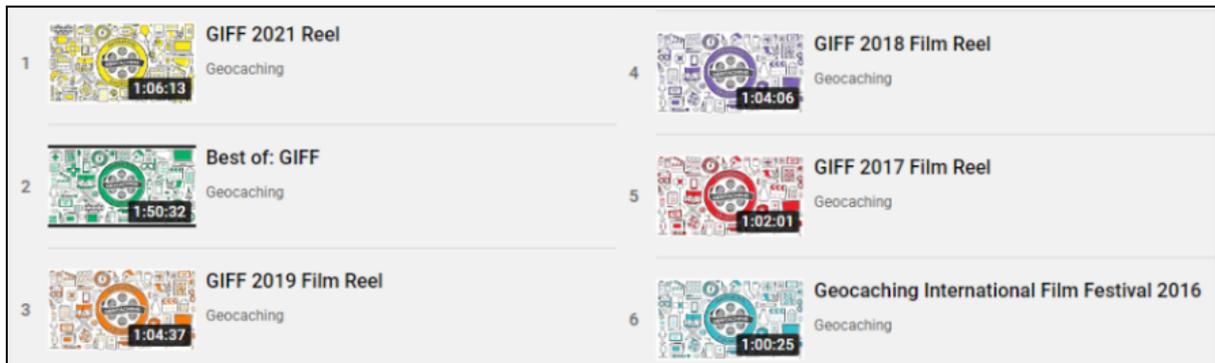


Figura 47. Vídeos GIFF del canal de Geocaching. Fuente: <https://www.youtube.com/c/geocaching>

3.2.3. Web

Geocaching cuenta con una página web propia, en esta plataforma el usuario tiene acceso a un menú de tres ítems, en primer lugar el apartado “Jugar” donde redirige a los diferentes apartados que tienen la app del juego como son buscar cachés, registros, listas, panel de control del propietario, etc.

En segundo lugar, se encuentra el apartado de “Comunidad”, en hay un submenú con las opciones de informarse sobre los voluntarios de la comunidad, visitar los foros de discusión, el blog oficial, los eventos o su canal de Youtube.

Finalmente, existe un tercer apartado de “Tienda” donde redirige al usuario a las distintas tiendas oficiales de la marca. Se puede seleccionar las tiendas que tienen en EE.UU / Canadá o sus distribuidores internacionales. Otra opción dentro del apartado es cambiar la suscripción básica de usuario a la premium. El precio por ser premium durante un año es de 30€ o 7€ para serlo durante un mes.



Figura 48. Home de página web de Geocaching. Fuente: <https://www.geocaching.com/play/search>

Aparte de este menú principal, dispone de un segundo menú en la parte inferior de su página, en él hay enlaces para todos aquellos que quieran conocer mejor a la empresa y la actividad, colaborar con ellos y/o conocer los aspectos legales que hablan sobre el uso de la marca Geocaching y la normativa de la actividad en las diferentes regiones y zonas. También dentro de este menú existe un apartado específico de información para la prensa, en él se redirige a una nueva página en la cual muestra aspectos básicos, números reales y noticias sobre la actividad.



Figura 49. Submenú de página web de Geocaching. Fuente: <https://cutt.ly/oXgMraW>

- **FORO DE GEOCACHING**

Se trata de un espacio abierto para debatir e informar sobre aspectos de *Geocaching*, para participar en él debe de cumplirse una serie de pautas, como por ejemplo ser respetuoso o mayor de 18 años. Para que se cumplan estas normas, existen unos moderadores, quienes son los encargados de ayudar a enfocar los temas de discusión. Estas figuras pueden editar o eliminar publicaciones, mover, cerrar o eliminar temas de discusión en caso de ser necesario. El foro se encuentra dividido en las categorías de “Comunicaciones de la sede central de Geocaching”, “Debates generales sobre geocaching”, “Debates de Adventure Lab®”, “Comunidad”, “Informes de errores y debates sobre funciones” y “Geocaching y...”. Dentro de ellos, el chat con más publicaciones es “Temas generales de Geocaching” que cuenta con 1,3 millones de publicaciones.

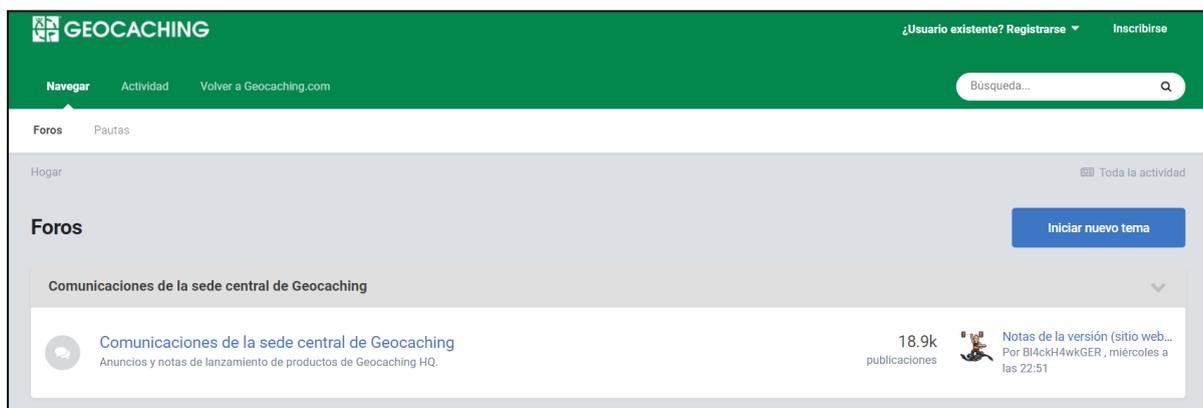


Figura 50. Foro de Geocaching. Fuente: <https://forums.geocaching.com/GC/>

- **BLOG OFICIAL DE GEOCACHING**

Existe también un blog oficial, donde se escriben artículos y textos sobre la actividad. Las publicaciones se postean de manera constante haciendo que permanezcan actualizados. Dichos artículos se encuentran divididos en las categorías Noticias, Comunidad, Aprender e Iniciativas Ambientales, además de tener un apartado de publicaciones destacadas. Todas ellas están traducidas al alemán, francés, inglés, holandés o español.

En cuanto a los autores de los textos va variando, generalmente están firmados por la Sede de Geocaching “Geocaching HQ” o algún usuario de la comunidad recurrente como su Community Manager Mackenzi, su asesora de marketing Genevieve o Delanie especialista en estrategias de contenido. En total, el blog cuenta con 829 páginas de artículos escritos.

3.2.4. Cachés

En dicho juego se llaman cachés o geocachés a los contenedores escondidos que albergan los objetos coleccionables, los rastreables y las hojas de registro en su interior. Existe una gran variedad de tipos de cachés, por lo que a continuación se mencionan los más comunes y populares del juego.

Primeramente está el **geocache** tradicional, con ellos simplemente hay que dirigirse a las coordenadas que se indican y buscarlo, no hace falta resolver ningún enigma. Como mínimo, debe tener en su interior un libro de registro.

Multi-caché, hay muchas variantes pero, habitualmente, estos geocachés utilizan dos o más localizaciones, de las cuales la última será donde esté ubicado el contenedor físico. Para ir avanzando se debe conseguir las diferentes coordenadas por medio de pistas.

Existen unos cachés que son conocidos como el “vale-para-todo” pues engloba muchos tipos de acertijos, estos son los **cachés mystery o puzzle**. Para obtener la ubicación del contenedor final se debe resolver preguntas, acertijos y/o puzzles. Dentro de esta categoría entran todos los cachés que no encajan con las características de los otros.

Los cachés de **letterboxing** son otra forma de búsqueda de tesoros donde se utilizan pistas en lugar de coordenadas, por lo que se requiere de un nivel más alto de astucia e intuición. Estos geocachés contienen un sello para registrar su visita.

Por otra parte está el **Earthcache**, el cual no tiene un contenedor físico, este caché se encuentra en un lugar geológicamente especial que se puede visitar para aprender sobre una característica única de la tierra. Las páginas de los earthcache incluyen un conjunto de notas educativas junto a las coordenadas. Para registrar un earthcache se suelen contestar unas preguntas observando el entorno.

Otro de los cachés a los que el usuario básico tiene acceso es a los **eventos cachés**, son los que hacen referencia a una reunión de geocachers locales o organizaciones de *Geocaching*. Los detalles del evento como la hora y ubicación se especifican en la página de Eventos. Dicho caché cuando finaliza es archivado.

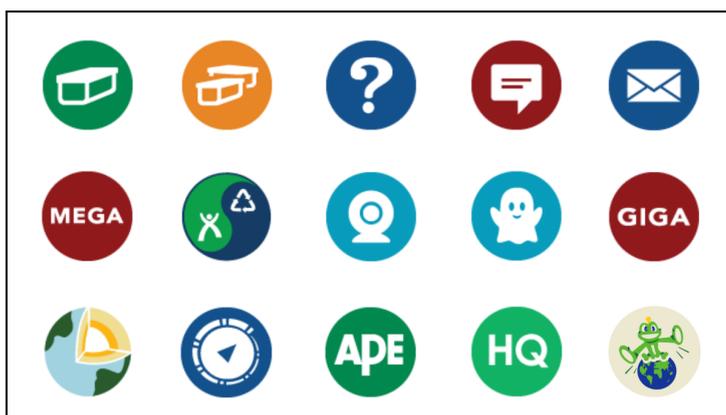


Figura 51. Tipos de caché de Geocaching. Fuente: <https://acortar.link/8j49Td>

Los cachés tienen diferentes características como la dificultad que hay para encontrarlo, el tipo de terreno en que se encuentra y el tamaño del contenedor. Todos estos factores se clasifican del 1 al 5, siendo el 1 el caché más sencillo, para que el usuario tenga una referencia del caché que está buscando.

Clasificación	Dificultad	Terreno
	Esfuerzo necesario para resolver y encontrar el caché y el libro de registro.	Esfuerzo físico necesario para llegar a las coordenadas y firmar el libro de registro.
★☆☆☆	Fácil de encontrar o resolver en pocos minutos.	La caminata es de menos de 0,5 millas (0,8 km) y es accesible para sillas de ruedas (atributo requerido). Probablemente pavimentado y plano.
★★☆☆	Fácil de encontrar o resolver en 10-15 minutos.	La caminata es de menos de 0,5 millas (0,8 km). Lo más probable es que sea plano, pero puede que no sea accesible para sillas de ruedas.
★★★☆☆	Relativamente fácil de encontrar o resolver en 30 minutos	La caminata es de menos de 2 millas (3 km) a lo largo de caminos bien definidos sin cambios significativos de elevación o crecimiento excesivo.
★★★★☆	Un desafío moderado, pero relativamente fácil para un geocacher experimentado.	El terreno puede tener pequeños cambios de elevación o crecimiento excesivo moderado.
★★★★☆	Un rompecabezas un tanto desafiante o un escondite.	La caminata puede ser de más de 2 millas (3 km) en terrenos variados, demasiado difícil para andar en bicicleta debido a los cambios de elevación o la maleza significativa.
★★★★☆	Bastante difícil. Prepárate para un desafío mental.	Caminata bastante extenuante y prolongada en ampliamenterreno variable.
★★★★☆	Muy difícil y puede requerir conocimientos especiales, preparación avanzada o múltiples viajes.	Movimiento muy extenuante que puede incluir una distancia significativa, crecimiento excesivo, natación o cambios de elevación.
★★★★☆	Extremadamente difícil. Lo más probable es que requiera conocimientos o habilidades especiales.	Movimiento extremadamente exigente sobre potencialmenteterreno peligroso.
★★★★☆	El desafío mental más extremo. Requiere conocimientos especializados, habilidades, herramientas o un esfuerzo significativo para encontrar, resolver o abrir.	Requiere equipo especializado como equipo de buceo, un bote, equipo de escalada en roca o similar.

Figura 52. Dificultad y Terreno de los cachés de Geocaching. Fuente: <https://cutt.ly/PK7dMP9>

Tamaño de los cachés:     

- **Micro:** se trata de un caché de menos de 100 ml. Aunque tiene un subtipo llamado nano caché que son menores a 10 ml. y sólo tienen espacio para la hoja de registro.
- **Pequeño:** Es un recipiente de 100 ml. o más pero sin llegar al litro.
- **Medio:** Contenedor del tamaño de 1 litro o mayor, pero menos de 20 litros.
- **Grande:** De dimensiones de 20 litros o mayor.
- **Otro:** Se trata de contenedores inusuales que no encajan con las anteriores categorías.

Antes estaba la opción "no chosen", donde no se especificaba el tamaño, pero se eliminó. Dentro de todos ellos es común que haya objetos intercambiables, la gran mayoría sin valor, son objetos que los usuarios llevan encima como por ejemplo una pulsera, llavero, etc. pero existen los rastreables, unos objetos especiales del juego que a continuación se explican.



Figura 53. Tamaños de cachés de Geocaching. Fuente: <https://cutt.ly/YK7wsWs>

● **LOS RASTREABLES:**

Son elementos oficiales del juego que se mueven de geocaché en geocaché, pero a diferencia de los no oficiales, van registrando el itinerario del recorrido que hace. Por lo que los usuarios no deben quedárselos ya que tienen como objetivo viajar por todo el mundo. Estos rastreables son de diferentes tipos como geocoins, etiquetas, camisetas y más. Cada uno, tiene un código para que el *geocacher* pueda registrarlo y estos registros pueden ser diversos como se ven en la figura 20.

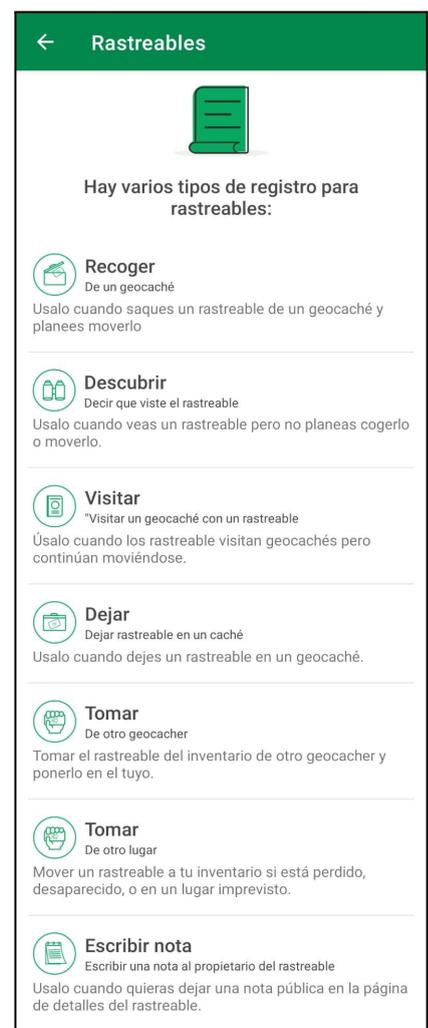


Figura 54. Registro de rastreables en Geocaching. Fuente: App Geocaching

Además de definirse por sus dimensiones pueden ser de muchos estilos. Los más populares son los magnéticos, estos cachés tienen una parte imantada que les ayuda a quedarse pegados al metal. Por ello, cuando en las pistas de los cachés se menciona que es magnético, el jugador ya sabe que debe buscar en zonas que haya algún tipo de metal donde pueda estar adherido.

Otros cachés muy comunes son los tupperes, son sencillos de conseguir, aislantes, resistentes al agua, y con gran capacidad de objetos en su interior. Suelen emplearse en los cachés de tamaño pequeño o regular.

Muchos jugadores tienen su sello de identidad al esconder los cachés, debido a que ponen un elemento que los caracteriza, como puede ser usar siempre contenedores iguales como pueden ser cajas metálicas o contenedores con forma de animales. Pero hay de todo tipo, cada cual más original, algunos ejemplos son los peculiares contenedores que venden en la tienda online (figura 45).

“Hay millones de contenedores hábilmente ocultos escondidos por más de 185 países, esperando a ser encontrados.” (Groundspeak Inc. Geocaching®, s. f.)



Figura 55. Ejemplo de Cachés. Fuente: <https://acortar.link/pmzPJm>

3.2.5. Merchandising

El merchandising es un conjunto de productos publicitarios para promocionar, dar mayor visibilidad o contribuir a la fidelidad del cliente por otro canal de difusión hacia algo en concreto, en este caso a *Geocaching*. Estos los encontramos tanto en tiendas oficiales como en el interior de algunos de los cachés ocultos.

En el apartado “Tienda” de la web oficial se encuentran 140 tiendas oficiales repartidas por todo el mundo, dos de ellas en España. Existe una división entre las tiendas de América del norte (Canadá y EE.UU.) y las de distribuidores internacionales, las cuales tienen subdivisión entre las tiendas de Europa, Escandinavia, Oceanía, África, Asia, Eurasia y Sudamérica. Geocaching cuenta con un total de 36 países diferentes que poseen una tienda oficial física o online.



En el proceso de compra los productos se encuentran divididos en diferentes categorías.

Se pueden encontrar todo tipo de objetos, la gran mayoría pensados para que sea una ayuda a la hora de buscar cachés como las linternas, bolis y contenedores de todo tipo. También tienen un variado catálogo de llaveros, libretas, mochilas, camisetas, pegatinas, abrebotellas, etc. Hasta se pueden adquirir certificados oficiales de membresía premium de *Geocaching*,



Figura 56. Merchandising de Geocaching. Fuente: Google Imágenes

España		
País	Nombre de la tienda/Logotipo	Información del contacto
España		Caché Boutique http://www.cacheboutique.es
España		Geocachables https://www.geocachables.com/

Figura 57. Tiendas oficiales de Geocaching en España. Fuente: <https://acortar.link/ooAB72>

3.2.6. Eventos

“Los eventos de Geocaching son una excelente manera de conocer a la comunidad local de Geocaching donde todos son extraños, como tú. Los geocachers señalarán una hora y un lugar para reunirse y charlar de su pasatiempo favorito.” (Guest writer, 2019)

Cualquiera puede planificar y organizar un evento dentro de la comunidad de *Geocaching*, por lo que puede haber de todo tipo. Para crearlos, antes de todo, se deben conocer todos los detalles del evento para poder rellenar el formulario online que proporciona la web. Posteriormente parte del equipo de *Geocaching* hace una revisión de la propuesta y la acepta en caso de ser adecuada para publicar. Al menos debe enviarse la petición de revisión con dos semanas de antelación. Es importante destacar que no se permiten eventos comerciales en la comunidad.

Primeramente, se especifica si es un evento regular/social o un evento CITO. Los eventos CITO (Caché en Trash Out®), consisten en recolectar basura, eliminar especies invasoras, plantar árboles, construir caminos, etc. con el fin de mejorar los espacios al aire libre y preservar la belleza de la naturaleza. “Desde su lanzamiento inicial, CITO ha realizado 16.000 eventos, con más de 333.000 personas voluntarias y se ha recolectado más de 8 000 000 de litros de basura.” (Geocaching, 2020)

Una vez especificado el tipo de evento, se deben proporcionar las coordenadas exactas del evento y añadir los waypoints, es decir, puntos de referencia para los asistentes. Estos puntos son opcionales y pueden ser aparcamientos, miradores, lugares de interés cercanos, etapas de un mystery caché, etc.

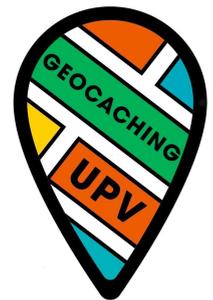
A continuación se rellena un cuestionario con datos como el nombre del evento, el organizador, fecha, hora de inicio y finalización, ubicación y descripción. En esta descripción se puede especificar el motivo de la reunión, si es temático o no, si habrá actividades opcionales como montar en bicicleta, comer, nadar, etc. (Aunque la actividad del *Geocaching* siempre debe ser el foco del evento). En otro tipo de eventos se muestran y comparten consejos de camuflaje, decoración de contenedores o intercambio de rastreables. Los eventos pueden convertirse en competiciones y tener premios.

En el blog oficial de *Geocaching* se encuentra un artículo con diversos consejos a la hora de crear uno, llamado: “12 consejos para organizar un evento de geocaching” donde se recomienda llevar un libro de registro y tener en cuenta que a la hora de hacer una estimación de la gente que va a acudir es mejor duplicar el número de “asistiré” pues los *geocacher* suelen ir con amigos o familia. Y si se necesita comunicar algo a los asistentes se puede usar el tipo de registro “Anuncio”, para que todos los que se hayan registrado reciban una notificación por correo electrónico. Guest writer, (2019)

3.3. GEOCACHING UPV

No era de esperar que la Universidad Politécnica de Valencia optara por probar e introducir este tipo de gamificación en su comunidad. Para poder aportar documentación y datos reales, se ha contactado con Rafa Ruiz , uno de los creadores y responsable de la puesta en marcha de este innovador proyecto. Rafa, a su vez, ya lleva más de 10 años jugando a *Geocaching* y más de 4 años como revisor voluntario para la comunidad.

Geocaching UPV es una iniciativa para introducir a los estudiantes, profesores y familias en la actividad de *Geocaching*. Para ello, hay establecidas unas bases en términos generales en la página web del proyecto. En ella se encuentran recogidos todos los cachés oficiales de *Geocaching* que se esconden dentro del campus de Vera, además de ello, también, alberga un recorrido NO oficial de geocaching, denominado: *Escuela de Geocaching UPV*, la cual está pensada para personas que no conocen la actividad y/o que no conocen el campus.



Esta iniciativa pretende que *Geocaching* sea una actividad reconocida, admitida y protegida por la dirección y seguridad del campus. Mediante charlas, talleres y actividades de CiènciaLab se proporciona la información y formación necesaria sobre la actividad al PAS/PDI, personal directivo, alumnado y personas externas que lo soliciten. Además de crear experiencias que sirvan de referente tanto en el ámbito universitario como fuera de él. Este proyecto está en el campus de Vera con posibilidad de expandirse a Gandia y Alcoi.

La identidad corporativa de *Geocaching UPV* está en sus pasos iniciales teniendo definidos de momento tan solo su logo y colores corporativos. El logo tiene forma de pin y en su interior se puede distinguir un plano de calles con las palabras Geocaching UPV. Por otra parte, sus colores corporativos son azul, verde, amarillo y naranja, los cuales se asemejan bastante a los colores iniciales de Geocaching oficial.

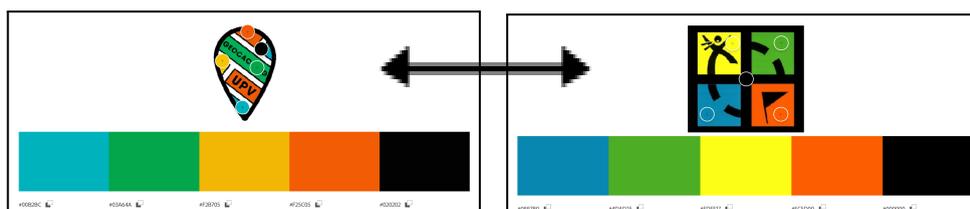


Figura 59. Desglose de colores del logo de *Geocaching UPV*. Fuente: <https://cutt.ly/WKKVTOr>

3.3.1. Escuela de Geocaching

Se trata de un recorrido de iniciación al *Geocaching* para que todas aquellas personas que no conozcan este universo puedan tener su primer contacto con la actividad y saber cómo funciona. Se puede hacer tanto individual como en grupo. Esta ruta recorre diversas zonas del campus de Vera de la Universidad Politécnica de Valencia. En el recorrido se aprende de una manera sencilla y entretenida los cuatro tipos más comunes de cachés, debido a que la ruta se compone de dos cachés tradicionales, dos mystery cachés, un multi caché y un letterboxing. No es necesario realizarlo en ningún orden, pero antes de todo se debe recoger un pasaporte para poder sellarlo en cada uno de los hallazgos. Está previsto que se realice en un tiempo estimado de dos horas aproximadamente, pero todo depende de la habilidad/ astucia del jugador a la hora de resolver los acertijos y encontrar los contenedores. El recorrido puede realizarse entre semana cuando el recinto de la UPV esté abierto, aunque el sello final tiene el horario de 9 a 14 h.

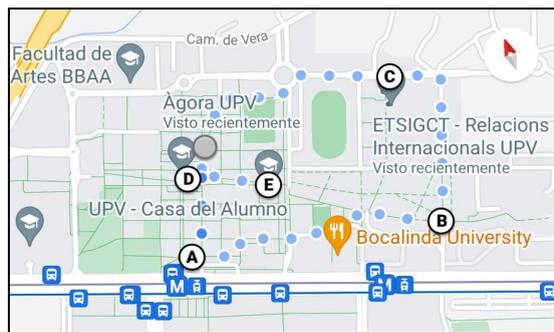


Figura 60. Recorrido de la Escuela de Geocaching UPV. Fuente: Propia

Todo comienza en el Ágora en la antigua Área de información (3C), en su fachada hay un buzón con los pasaportes de *Geocaching* UPV, pero se necesita una clave de tres dígitos para abrirlo, este número se obtiene tras contestar a la pregunta *¿Con qué decreto, del 11 de marzo de 1971, el Instituto Politécnico Superior se constituye en UPV?* Una vez recogido se puede comenzar la búsqueda.



Figura 61 y 62. Buzón y pasaporte de la Escuela de Geocaching UPV. Fuente: Propia

Para poder encontrarlos hay que seguir las instrucciones que indica la página web de *Geocaching UPV*, en el apartado de Escuela *Geocaching UPV* relacionados con localización y pistas. En varios de ellos se debe acceder a algún tipo de cuestionarios y contestarlos correctamente para conseguir la siguiente ubicación o pista. Al encontrar los contenedores finales de cada caché, en su interior se encuentra un sello para ir completando el pasaporte.

 **GCUPV01 - Tradicional**

Localización: Pincha en el enlace para ir a la ubicación del contenedor >> [GCUPV01](#)

Consejos: Recuerda llevar bolígrafo o lápiz para firmar el libro de registro del interior.

Una vez en el lugar, intenta localizarlo visualmente y, si no lo localizas, recuerda que puede estar camuflado o en algún lugar a donde no alcancen las miradas indiscretas. Tocar es, en la mayoría de ocasiones, la mejor manera de encontrar algo camuflado.

Intenta ser discreto y no llamar la atención de las personas ajenas al juego para garantizar la permanencia del contenedor.

IMPORTANTE: Dentro del contenedor encontrarás un sello que sirve para estamparlo en el pasaporte. NO es un objeto de intercambio. Debe permanecer en el caché. **GRACIAS**

Pistas: Camuflado. Magnético. A la altura de los ojos más o menos. Foto spoiler: [Pincha aquí](#)

Figura 63. Descripción caché de la Escuela de Geocaching UPV. Fuente: <https://acortar.link/AtkfFQ>

A continuación se muestran con más detalle los diferentes tipos de cachés escondidos.

CACHÉS TRADICIONALES:

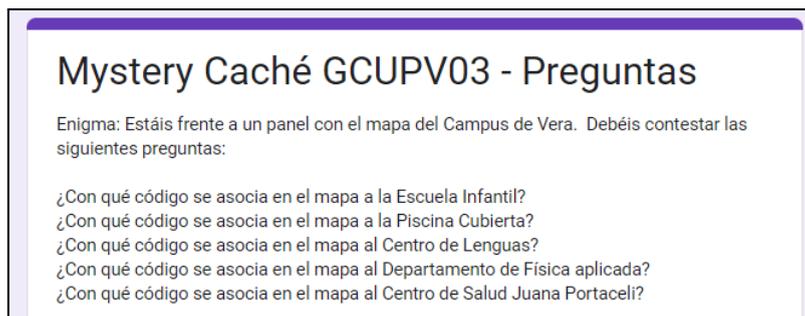
Los dos primeros cachés de la ruta de la Escuela *Geocaching* son tradicionales, es decir, básicamente hay que desplazarse a la ubicación indicada y buscarlos, sin enigmas o múltiples localizaciones. Ambos se encuentran escondidos dentro de dos estructuras metálicas de locomoción. Ejemplo las imágenes del caché *GCU PV02*:



Figura 64. Caché tradicional GCU PV02 de la Escuela de Geocaching UPV. Fuente: Propia

MYSTERY CACHÉS:

Por otra parte están los Mystery Caché, en ellos se debe contestar preguntas en un enlace de Google forms para obtener la ubicación del caché. Las respuestas se obtienen desplazándose a la ubicación proporcionada y observando el entorno. Por ejemplo, en el primer enigma del mystery caché se debe obtener un código de números y letras. Para ello, se dirige al jugador delante de un mapa del campus universitario y se le proporciona un cuestionario (Figura 65) donde uniendo las respuestas obtenidas se consigue la solución.



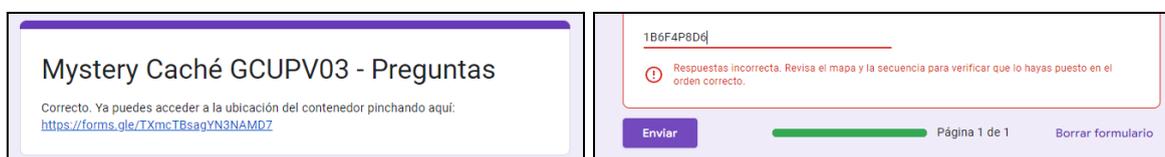
Mystery Caché GCUPV03 - Preguntas

Enigma: Estáis frente a un panel con el mapa del Campus de Vera. Debéis contestar las siguientes preguntas:

- ¿Con qué código se asocia en el mapa a la Escuela Infantil?
- ¿Con qué código se asocia en el mapa a la Piscina Cubierta?
- ¿Con qué código se asocia en el mapa al Centro de Lenguas?
- ¿Con qué código se asocia en el mapa al Departamento de Física aplicada?
- ¿Con qué código se asocia en el mapa al Centro de Salud Juana Portaceli?

Figura 65. Cuestionario del Mystery Caché GCUP 03. Fuente: <https://cutt.ly/5KMzjet>

Al contestar en de manera correcta se te proporciona la ubicación del contenedor, pero en caso de errar te pide que lo vuelvas a intentar.



Mystery Caché GCUPV03 - Preguntas

Correcto. Ya puedes acceder a la ubicación del contenedor pinchando aquí:
<https://forms.gle/TXmcTBSagYNSNAMD7>

1B6F4P8D6j

Respuestas incorrecta. Revisa el mapa y la secuencia para verificar que lo hayas puesto en el orden correcto.

Enviar

Página 1 de 1

Borrar formulario

Figura 66. Mystery Caché GCU PV03 respuesta correcta e incorrecta. Fuente: propia

El otro Mystery caché tenía las coordenadas dentro del hall de la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Geodésica, Cartográfica y Topográfica, una vez situado en el hall se debía contestar varias preguntas de un cuestionario sobre fechas y nombres que aparecían en las vitrinas, carteles o mapas de la estancia. Al superar todas las preguntas, se revelaba la ubicación del caché escondido en el interior de una de las maquetas.

MULTI-CACHÉS:

El multi caché comienza en las coordenadas del centro del campus, exactamente en el Ágora para ir desplazándose por el campus a medida que se vayan contestando correctamente una serie de preguntas, como la fecha de una de las estatuas, la letra que se puede observar en la tapa de la alcantarilla o el nombre del autor de uno de los monumentos. La ubicación final se encuentra en el Toro de Osborne de Manolo Prieto.

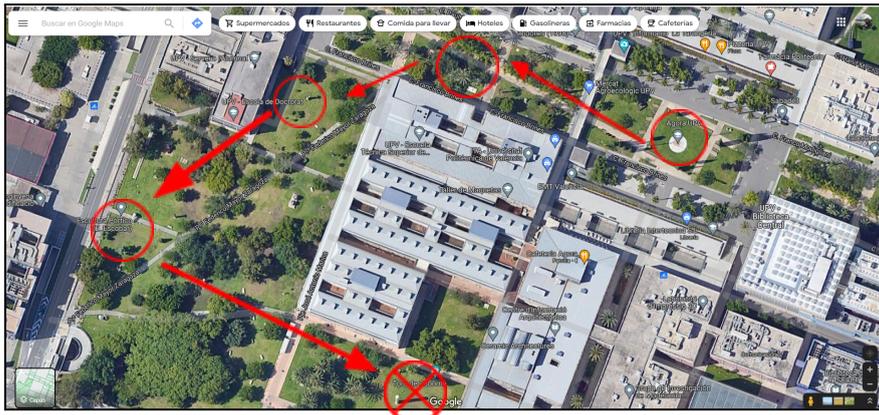


Figura 67. Recorrido del Multi- Caché GCUP 05. Fuente: propia

LETTERBOXING:

Para encontrar este caché es necesario tener una brújula o saber orientar de manera precisa los puntos cardinales. Para seguir las indicaciones:

1. Posicionarse en las letras del edificio 4K.
2. Mirar al noreste y observar los dos edificios con números y letras para acudir al más lejano.
3. Una vez debajo de ese número y letra (7C) orientarse hacia el sur. Y buscar.
4. Como pista: Blanco y en botella.

Finalmente el contenedor se encuentra en el interior de una barandilla blanca.

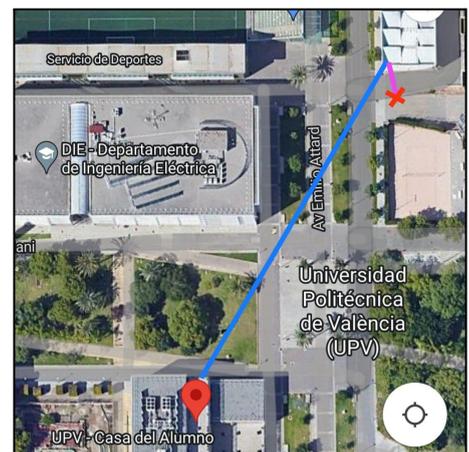


Figura 68. Recorrido del Letterboxing. Fuente: propia

Una vez encontrado todos los cachés y completado el pasaporte, se debe ir al edificio 3H Área de Información, donde se validará el pasaporte con un sello de la UPV además de entregar un pequeño detalle (un bolígrafo reciclado) por completar el recorrido.



Figura 69 y 70. Pasaporte de la Escuela de Geocaching UPV completado. Fuente: Propia

3.3.2. Cachés en el Campus de Vera

La Escuela *Geocaching UPV* es una introducción a la actividad, por ello, una vez que se conozca la dinámica del juego, es interesante buscar los diferentes cachés oficiales que hay escondidos y repartidos por el campus. Actualmente existen once, y tres de ellos están premiados como los mejores cachés del año de Valencia de 2018, 2019 y 2021. Todos ellos pretenden informar y comunicar a la misma vez que educar sobre temas muy diversos, como por ejemplo la informática, comunicación, locomotoras o juguetes. A continuación, se hace un repaso de todos estos cachés y de la aportación que hacen al ámbito de la comunicación, en especial al educativo, de la universidad. Estos cachés están dirigidos hacia el alumnado, jugadores de *Geocaching* y/o cualquier persona interesada en el tema.

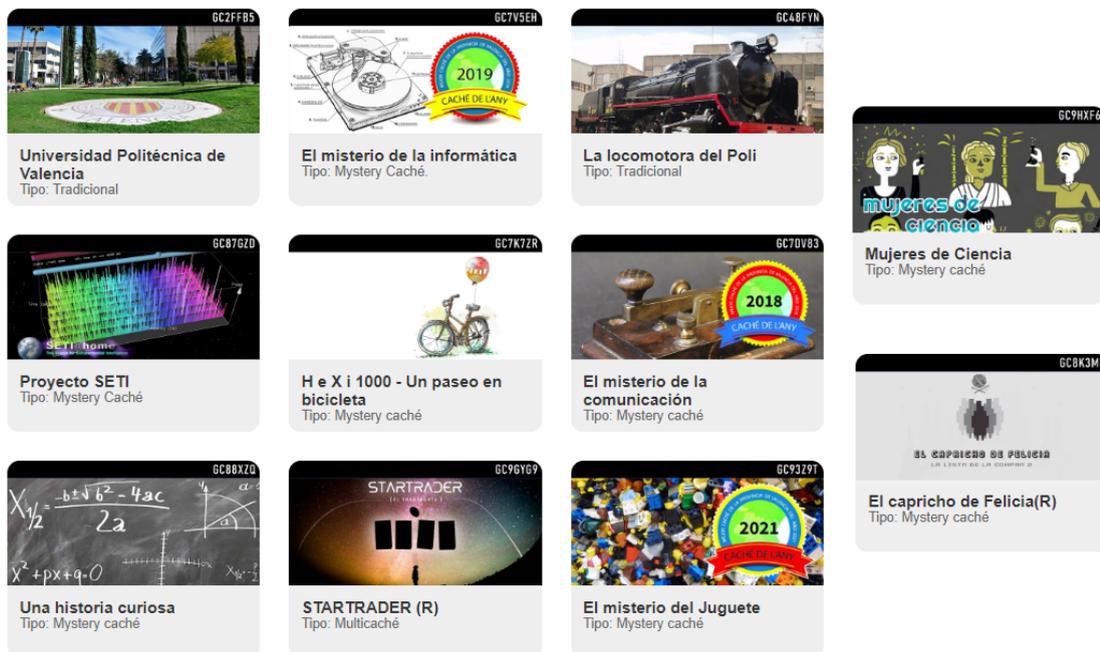


Figura 71. Cachés oficiales de la UPV. Fuente: <https://geocaching.upv.es/portada/cas/index.html>

- **Universidad Politécnica de Valencia:** caché tradicional de “Trushoo”.

DIFICULTAD: 2/5

TERRENO: 2/5

TAMAÑO: PEQUEÑO

Consiste en un caché básico que emplea la descripción para introducir qué es el campus de Vera, cuantos edificios lo componen y las dimensiones de su extensión, además de añadir un enlace a la página web de la universidad, para que los visitantes del caché conozcan toda la información que necesiten sobre el campus y la comunidad universitaria. La descripción del caché se encuentra redactada en castellano e inglés.

- **La locomotora del Poli:** caché tradicional de “gingerfred99”

DIFICULTAD: 2,5/5

TERRENO: 1,5/5

TAMAÑO: PEQUEÑO

Este caché invita a conocer la historia de las últimas locomotoras de vapor fabricadas en Valencia en los años 50 y de las últimas de tracción de vapor fabricadas en España mientras anima a encontrar el contenedor oculto dentro de Mikado 141F- 2295, la locomotora expuesta en uno de los jardines del campus de Vera.

- **El misterio de la informática:** mystery caché de “Culebrillos” y “fitimollas”.

DIFICULTAD: 1,5/5

TERRENO: 1,5/5

TAMAÑO: GRANDE

“El misterio de la informática” consiste en un recorrido por el Museo de la Informática de la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Informática (ETSINF). Para obtener la ubicación del contenedor final se debe contestar 19 preguntas sobre las últimas décadas de la historia de la informática. Las respuestas a dichas cuestiones se encuentran a lo largo de la exposición, por lo que hay que estar atento. Aunque algunas de ellas se recomienda contestarlas desde casa. Para poder abrir el caché es necesario tener un CD-ROM.

El recorrido es lineal y de una duración aproximada de una hora. El acceso es libre y gratuito, simplemente se pide entregar una "entrada sostenible", es decir, llevar algo para reciclar (residuo electrónico o informático) y depositarlo en los contenedores habilitados. Hay que tener en cuenta el horario del museo que es de 7:30h a 21:30h entre semana, aunque varía en fechas señaladas. Por votación popular recibió el premio a “Caché de l'any 2019” de la provincia de Valencia.

- **El misterio de la comunicación:** mystery caché “fitimollas”.

DIFICULTAD: 2,5/5

TERRENO: 1/5

TAMAÑO: MEDIO

Al igual que el anterior, este caché tiene como objetivo realizar una visita a un museo, en este caso al Museo de la Telecomunicación Vicente Miralles Segarra, localizado en la Escuela Técnica Superior de Ingenieros de Telecomunicaciones (ETSIT). Este mystery caché contiene un cuestionario de 11 preguntas en total para conseguir la ubicación del contenedor. El museo es de acceso libre pero con un horario restringido de 8.00h a 21.00h los días laborables a excepción de agosto, que se reduce de 9.00 h a 14.00 h. A lo largo del recorrido, se conoce el funcionamiento de algunos dispositivos, además de conocer historias curiosas sobre la telecomunicación. “El misterio de la comunicación” obtuvo el premio a “Caché de l'any 2018” de la provincia de Valencia.

- **Proyecto SETI:** Mystery caché de “fitimollas”.

DIFICULTAD: 3/5

TERRENO: 2/5

TAMAÑO: PEQUEÑO

Este caché se enfoca en adentrar al usuario en los inicios e historia de los proyectos SETI. SETI es un acrónimo en inglés que hace referencia a “search for extra terrestrial intelligence”, es decir, búsqueda de inteligencia extraterrestre. Estos proyectos surgieron bajo el patrocinio de la NASA durante los años 1970. El objetivo del caché es que el geocacher decodifique un fichero de audio para conocer la ubicación del contenedor.



The screenshot shows the GeoCheck website interface. At the top, there is a navigation bar with a home icon, a mail icon, a star icon, and a login button. Below the navigation bar, there is a language selection dropdown menu. The main content area is titled "Verifica tus coordenadas" (Verify your coordinates) and includes a warning: "(Has cumplido 0 intentos en los últimos 10 minutos)" (You have completed 0 attempts in the last 10 minutes). The form contains the following fields:

- Nombre del caché: **Proyecto SETI**
- Código GC: **GC87GZD**
- Coordenadas: A section with radio buttons for "norte" (North) and "W" (West), and input fields for degrees and minutes. A "1 campo" (1 field) label is visible.
- Introduzca este código: A field containing a CAPTCHA image with the numbers 0, 2, 8, 4, 5, and a "validar" (validate) button. The text "(5 numeros)" (5 numbers) is displayed next to the field.

Figura 72. GeoCheck. Fuente: <https://cutt.ly/BKM1TRW>

- **Una curiosa historia:** Mystery caché de “fitimollas”

DIFICULTAD: 1,5/5

TERRENO: 1/5

TAMAÑO: PEQUEÑO

Para superar este caché se debe descifrar un enigma:

“Nació suizo. Viajó a Rusia por trabajo. Autor prolífico, consiguió publicar 500 libros y 886 artículos. Otro dato curioso: contrajo matrimonio con Katharina y tuvo 13 hijos. Más información: Dominaba los grafos planos. Sumaba, multiplicaba, calculaba, jugaba con los primos y solucionaba fórmulas como ninguna. Gracias a su gran sabiduría, contribuyó a disciplinas tan variadas como la astronomía, la física, la óptica, la acústica, la balística, la cartografía, la música, la lógica y la filosofía. Con sus cartas, previamente instruía a la aristócrata Anhalt. A propósito, con los años ganó mucha fama: ¡Incluso los 10 francos lucía su rostro! ¡Ayúdanos, por favor! Algo irracional ha ocurrido y su aportación más valiosa ha volado.” (Geocaching - fitimollas, 2019)

Una vez resuelto el acertijo, se obtienen las coordenadas

- **El misterio del juguete:** Mystery caché de “fitimollas”

DIFICULTAD: 1,5/5

TERRENO: 1,5/5

TAMAÑO: GRANDE

Tiene la misma dinámica que “el misterio de la comunicación” y “el misterio de la informática”, pero esta vez en la Escuela Técnica Superior de Ingeniería del Diseño (ETSID). Se trata de una visita al museo del juguete, donde se encuentran 33 juegos clásicos de la infancia. Este *mystery* tiene un cuestionario de cuatro preguntas para facilitar las coordenadas del caché escondido, el cual es de tamaño XXL. El horario del museo es de 8 a 21 h, de lunes a viernes laborables, siendo un recorrido lineal y de libre acceso.

- **Mujeres de la ciencia:** Mystery caché de “Lunaker & fitimollas”

DIFICULTAD: 1,5/5

TERRENO: 1/5

TAMAÑO: MEDIO

Este multi-caché se enfoca en presentar y dar a conocer el proyecto “Dones de ciència” de la UPV donde se visibiliza y homenajea a mujeres nacionales e internacionales dentro del ámbito científico. Para ello, se ha creado una ruta que visita 5 de los 25 murales que tiene actualmente el proyecto. Las obras que entran dentro de la ruta son las de las científicas Margarita Salas, Ada Lovelace, María Blasco, Sofía Kovalevskaya y Josefina Castellví. Para adquirir la ubicación del caché se debe contestar algunas preguntas sobre dichos murales, además de investigar sobre el proyecto en su página web. Este proyecto está promovido por la UPV y el Centro de Innovación de Las Naves del Ajuntament de València, con la colaboración de la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT) del Ministerio de Ciencia e Innovación.

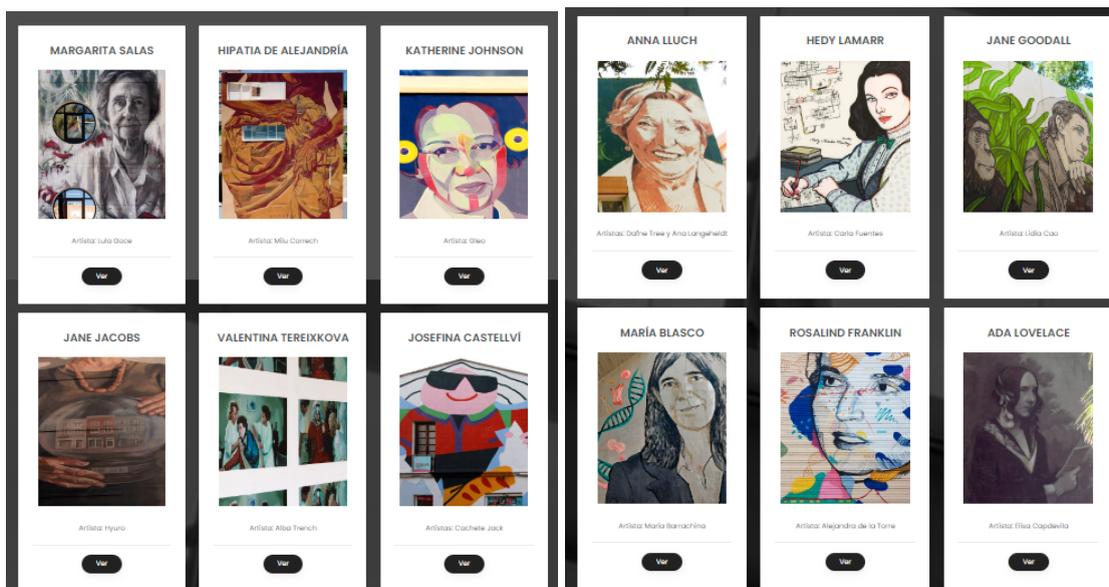


Figura 73. Murales de Dones de ciència. Fuente: <https://donesdeciencia.webs.upv.es/>

- **H e X i 1000 - Un paseo en bicicleta: mystery caché de “Amigos geocachers”**

DIFICULTAD: 3,5/5

TERRENO: 1/5

TAMAÑO: MICRO

Este caché es un homenaje a H e X i, uno de los jugadores de *Geocaching* más veteranos de Valencia, con más de 1000 cachés encontrados junto con su fiel compañera, la bicicleta.

- **El capricho de felicia ®: Mystery caché de “fitimollas”**

DIFICULTAD: 2,5/5

TERRENO: 1,5/5

TAMAÑO: GRANDE

Este caché es bastante novedoso, debido a que para conseguir la ubicación de este caché no se debe desplazar a ninguna coordenada, pues se trata de un juego online de pc al estilo arcade. En él, el usuario es un personaje que debe pasear por todas las habitaciones de una residencia de ancianos para hablar con sus habitantes y trabajadores. Estos personajes obsequian y piden objetos al jugador. El objetivo del juego es conseguir 3 agujas y un ovillo de lana para el personaje de Felicia para que comparta las coordenadas del contenedor y una contraseña. Pero no es sencillo, ya que para conseguirlo se debe satisfacer los deseos de todos los personajes por medio del trueque e intercambio de objetos. Hay un total de 29 salas. Esta caché es la continuación del caché “La lista de la compra GC3 XMV” creado por *Trushoo*, quien ha confesado que le costó un mes entero crear este caché. “El capricho de Felicia” es una versión adaptada para que puedan jugar los usuarios que no sean premium.



Figura 74. Juego de “El capricho de Felicia”. Fuente: <https://trushoo.itch.io/elcaprichodefelicia>



Figura 75. Certitude. Fuente: <https://www.certitudes.org/certitude?wp=GC8K3MK>



Figura 76. Mapa de Geocaching UPV. Fuente: <https://geocaching.upv.es/portada/cas/index.html>

3.3.3. Charlas y Talleres UPV

Por una parte se ofrecen charlas, en las cuales principalmente se da información esencial de la actividad del *Geocaching*, para que los principiantes en este universo tengan los suficientes conocimientos básicos para iniciar la actividad.

Entre otros temas se hace una pequeña introducción sobre la historia del juego y se dan instrucciones para la creación de una cuenta en la aplicación. Seguido de las normas básicas y manual de buenas prácticas y ética. Además de comentar cómo se emplea el mapa para hacer buenas búsquedas. Y para todos aquellos que quieran ir más allá de encontrar cachés, se explica cómo esconder tu primer caché.

Por otra parte, están los Talleres UPV, en ellos se aportan conocimientos más concretos y avanzados sobre *Geocaching* y su actividad. Es recomendable haber asistido anteriormente a alguna de las charlas. Estos talleres son más prácticos y tratan aspectos como: teoría básica sobre Geocaching; tipos de cachés y contenedores; material de intercambio, rastreables y otros; camuflaje urbano y natural; conocimientos básicos de resolución de Mysteries; conocimientos básicos de Multi cachés; otros tipos de geocachés: Wherigo, Adventure Lab y búsqueda de cachés en el Campus de Vera.



Figura 77. Charlas y Talleres de Geocaching UPV. Fuente <https://acortar.link/AtkfFQ>.

3.3.4. Geocaching y CiènciaLab

CiènciaLab es una iniciativa destinada a despertar las vocaciones científicas entre la juventud a través de la realización de talleres científicos, tecnológicos y artísticos impartidos por el profesorado universitario en las instalaciones de la UPV. Estos jóvenes suelen ser alumnos de 3º- 4º de ESO. En este curso 2021-2022, se realizaron 4 talleres de CiènciaLab en Gandia, los cuales según narra Josep Àngel Mas, coordinador de la actuación en el Campus de Gandia,

“Permiten que las personas más jóvenes experimenten la práctica científico-tecnológica en el ámbito universitario y conozcan de primera mano las investigaciones que se desarrollan en cada campus. Se les proporciona una primera toma de contacto con las profesiones STEM en el momento de decidir sobre sus estudios o vocaciones” (Mas, Josep A., 2022)

A principios del próximo curso lectivo (2022-2023) CiènciaLab tiene el objetivo de incorporar un taller de *Geocaching* en el que se enseñará aspectos sobre geolocalización y gamificación, además de mostrar todas las opciones que *Geocaching* ofrece, como un juego tecnológico.

3.3.5. Noticias Geocaching

Finalmente la web de Geocaching UPV posee una apartado de noticias, en el cual se publican y actualizan las novedades de la actividad en el campus, además de las novedades del propio juego oficial. Actualmente no existen muchas noticias publicadas, en total hay cinco las cuales hacen referencia a sucesos de finales del año 2021 como la actualización de la aplicación, el regreso de los eventos después de la cuarentena o los finalistas del festival audiovisual GIFF. (Geocaching International Film Festival).



Figura 78. Noticias de geocaching UPV. Fuente <https://acortar.link/AtkfEQ>.

3.3.6. Redes sociales

El proyecto tiene perfiles en las plataformas de Instagram y Twitter, ambas con el nombre de usuario de *@geocachingUPV*. En ellas tan solo se encuentran 4 publicaciones publicadas entre el 28 de febrero y el 3 de junio de este año 2022. Con una media de 20 me gustas. A partir de esa fecha se encuentran inactivas.

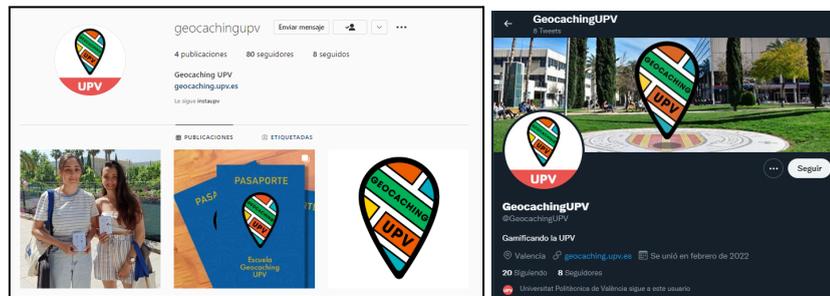


Figura 79 y 80. Perfiles de Geocaching UPV en Instagram y Twitter. Fuente: Instagram y Twitter

El principal problema es que da la sensación de ser un proyecto abandonado y poco constante debido a que tan solo tiene 4 publicaciones, siendo la última el 3 de junio. En cuanto a la tipología de los contenidos en los perfiles, estaban bien seleccionados, tenían una identidad y estética cuidada y apropiada. En la única publicación que tiene comentarios es donde se muestra a la gente que ha realizado la actividad, esto es un indicativo de que hay que potenciar y mostrar más a los jugadores para tener mayor interacción.

Otra cuestión a abordar es el feedback que da a sus seguidores, el cual es nulo. Para la documentación de dicho trabajo se realizó la ruta de la Escuela Geocaching propuesta por la UPV y una vez finalizada, se hizo una storie publicitando la actividad y mencionando a la cuenta oficial de *@geocachingupv*. Ante dicho contenido creado por una seguidora se optó por dejar en visto en lugar de resubir el contenido, comentarlo o simplemente darle un me gusta. Es una reacción errónea pues las publicaciones de los seguidores son contenidos que proporcionan publicidad gratuita que hay que aprovechar. Además de que dar un feedback consigue que el seguidor no se sienta ignorado y tenga la sensación de formar parte de una comunidad.



Figura 81. Chat con Geocaching UPV. Fuente: Propia instagram

3.4. Desarrollo de Geocaching para el campus de Gandia

Ruta de iniciación: ESCUELA GEOCACHING UPV (GANDÍA): El campus de Gandia es pequeño pero esconde grandes joyas como *Geocaching*, aventúrate a encontrar los cachés escondidos en él. La ruta se compone de los 4 cachés más comunes: tradicional, mystery cachés, multi caché y letterboxing. Todos ellos en su contenedor almacenan un sello para ir completando el pasaporte de La Escuela de Geocaching UPV (Gandia).

Antes de todo, es necesario instalar un buzón igual al del campus de Vera para albergar los pasaportes. Se propone el lugar indicado en la figura 82, pared de la escalera exterior del edificio A. Aunque también pueden darse al personal de información y hacer que los usuarios lo recojan allí para iniciar su ruta.



Figura 82. Ubicación propuesta para el buzón de la Escuela Geocaching en la EPSG. Fuente: propia

La dinámica de la ruta es la misma que en el campus de Vera, en la página web de *Geocaching UPV* habrá un apartado de *Escuela Geocaching* en la EPSG donde se encontrarán las descripciones de cada uno de los cachés además del siguiente mensaje:

- **Consejo:** Recuerda llevar bolígrafo o lápiz para firmar el libro de registro del interior. Una vez en el lugar, intenta localizarlo visualmente y, si no lo localizas, recuerda que puede estar camuflado o en algún lugar a donde no alcancen las miradas indiscretas. Tocar es, en la mayoría de ocasiones, la mejor manera de encontrar algo camuflado. Intenta ser discreto y no llamar la atención de las personas ajenas al juego para garantizar la permanencia del contenedor.
- **IMPORTANTE:** Dentro del contenedor encontraréis un sello que sirve para estamparlo en el pasaporte. No es un objeto de intercambio. Debe permanecer en el caché.

CACHÉ TRADICIONAL 01: NOMBRE DEL CACHÉ

Descripción

Tamaño: mediano

Nos encontramos en el CRAI, siglas que corresponden a Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación. Este edificio fue el último que se inauguró en la EPSG, fue en el año 2009. Tiene unas dimensiones de 8000 m² y se considera un espacio emblemático concebido para convertirse en centro de dinamización cultural y referente de las nuevas metodologías en cuanto a aprendizaje e investigación. Su horario es de lunes a viernes: de 8 a 21h y Sábados y domingos de 8:30 a 21h. (sin servicio de información, préstamo y devolución). Los horarios pueden variar en época de exámenes.



Figura 83 y 84. Edificio del CRAI de la EPSG de la UPV. Fuente: Google Imágenes.

Localización

Para encontrar el contenedor debes subir al segundo piso de la biblioteca y buscar en la zona de legislación.



Figura 85, 86, 87 y 88. Biblioteca de la EPSG. Fuente: Propia

Pista

Magnético.

MYSTERY 02: NOMBRE DEL CACHÉ

Descripción

Tamaño: PEQUEÑO

El campus de Gandía de la UPV, es decir, la Escuela Politécnica Superior de Gandia (EPSG) abrió sus puertas en octubre de 1993 y está situado en la Platja i Grau de Gandia. La EPSG se caracteriza por ser un campus pequeño y familiar pues tan solo cuenta con 8 edificios en comparación con los más de 60 del campus de Vera. Actualmente, el campus alberga un total de 5 grados universitarios, 3 doble grados y 5 másters:

5 grados universitarios:

- Ciencias ambientales,
- Turismo
- CAV: Comunicación audiovisual,
- TELECO: Ingeniería de sistemas de telecomunicación, sonido e imagen
- GTI: Tecnologías Interactivas,

3 dobles grados:

- Turismo + ADE
- Ingeniería forestal y del medio natural + ciencias ambientales
- Ingeniería de sistemas de telecomunicación, sonido e imagen + Comunicación audiovisual

5 másters:

- Postproducción digital
- Comunicación transmedia
- MEMIC: Evaluación y seguimiento ambiental de ecosistemas marinos y costeros
- Ingeniería Acústica
- Máster Universitario Erasmus Mundus en Ondas, Acústica, Vibraciones, Ingeniería y Sonido

Para más info, en la página oficial del campus: <https://cutt.ly/vLm7hlc>



Figura 89 y 90. Edificios de la EPSG de la UPV. Fuente: Google Imágenes

Localización inicial

Dónde está el cartel del campus (darle el enlace del campus). La ubicación NO es la ubicación del contenedor, pero debéis desplazáros allí para poder resolver el enigma.

Enigma

Estáis frente a un panel con el Mapa del Campus de Gandia. Debéis contestar las siguientes preguntas: ¿A qué letra corresponde el edificio donde se encuentra?



Figura 91. Mapa de la EPSG de la UPV. Fuente: <https://acortar.link/9ILhAP>

- 1- Aula magna 2-Cafetería 3- CRAI 4- Reprografía
 5- Delegación de alumnos 6- Secretaria 7- Biblioteca

Agrupar todas las respuestas sin espacios y en mayúsculas (ej: ABHFG) y acceder al siguiente formulario para verificar la solución y obtener la ubicación del contenedor → (GCHBBFH)

Ubicación final

coordenadas exactas (2º piso)

Pista



Camuflado. Magnético. Foto spoiler.

Figura 92. Ubicación propuesta de caché. Fuente: Propia

MULTI CACHÉ 03: NOMBRE DEL CACHÉ

Descripción

Tamaño: PEQUEÑO

Con la búsqueda de este caché se hará un recorrido por el campus de Gandia, pasando por las instalaciones más representativas o curiosas ya que a pesar de ser un campus pequeño con 8 edificios, posee muchos servicios que es interesante conocer.

Localización inicial

38.996687898300316, -0.16555850436585842 (banderas)

**Localización 1
(Banderas)**

Pista: magnético → Caché con un código, al ponerlo en el forms y da unas nuevas coordenadas. [ej. 328](#)

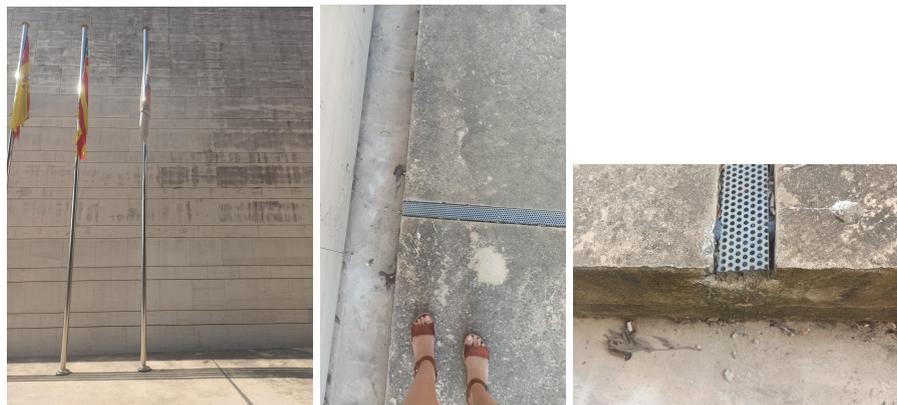


Figura 93,94 y 95.Ubicación 1 de multicaché. Fuente: Propia

**Localización 2
(escaleras)**

Pista: Sube las escaleras. Magnético → Caché con un código, al ponerlo en el forms y da unas nuevas coordenadas. [ej. 328](#)



Figura 96 y 97.Ubicación 2 de multicaché. Fuente: Propia

**Localización 3
(zona ambientales)**

Pista: magnético → Caché con un código, al ponerlo en el forms y da unas nuevas coordenadas. [ej. 328](#)



Figura 98, 99 y 100. Ubicación 3 de multicaché. Fuente: Propia

**Localización 4
(jardín)**

Pista: ¿te gusta la jardinería? ¿plantar? (Hay una planta artificial) → Caché con un código, al ponerlo en el forms y da unas nuevas coordenadas. [ej. 328](#)



Figura 101 y 102. Ubicación 4 de multicaché. Fuente: Propia

**Localización 5
(escalera
secretaría/gym)**

Pista: magnético → Caché con un código, al ponerlo en el forms y da unas nuevas coordenadas. [ej. 328](#)



Figura 102 y 103. Ubicación 5 de multicaché. Fuente: Propia

**Localización 6
delegación**

Pista: magnético → Caché con un código, al ponerlo en el forms y da unas nuevas coordenadas. [ej. 328](#)



*Figura 104. Ubicación 6 multicaché.
Fuente:propia*

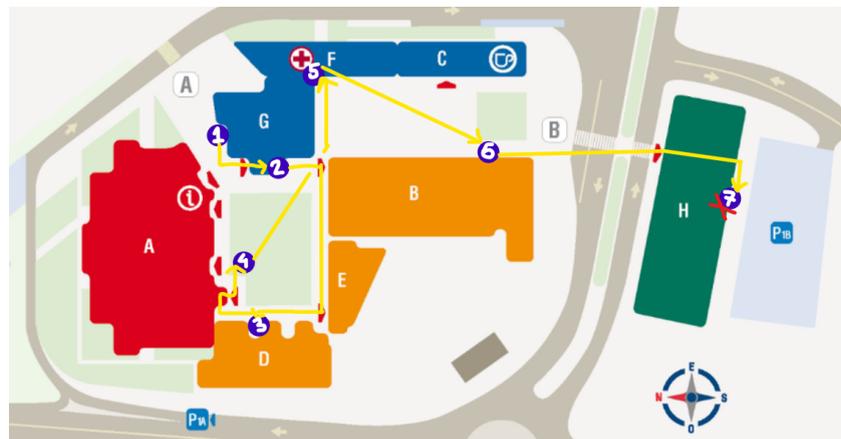
**Localización final:
(escalera de la
biblioteca)**



Figura 105. Ubicación 3 de multicaché. Fuente: Propia

Contenedor del sello de la Escuela de Geocaching campus de Gandia.

RECORRIDO



*Figura 106. Recorrido del multi caché de la Escuela Geocaching de la UPV.
Fuente: propia*

LETTERBOXING 04: NOMBRE DEL CACHÉ

Descripción

Tamaño: MICRO

La conocida fachada de las estrellas fue inaugurada en 1994 y restaurada en 2007 y es un elemento emblemático de la identidad del campus de Gandia. El mural se encargó al prestigioso artista de la Safor Antoni Durà, se encuentra cubierto por 125 estrellas, según el autor representa diferentes personas que han influido en su vida, las estrellas del mural son obra del ceramista Enric Mestre, en la parte superior puede leerse la frase "Qualsevol nit pot sortir el sol" que hace referencia al título de una canción del cantautor catalan Jaume Sisa, fue elegida porque alude a una canción de bienvenida y según Dura la universidad es una institución que siempre acoge a los que se acercan a ella. (UPV Campus Gandia, 2012) [Canal de YouTube].

Además un dato curioso es que Adbón Alcañiz, director de arte de la casa de papel y antiguo estudiante de comunicación audiovisual de la UPV hizo un pequeño homenaje al campus e introdujo esta pared emblemática dentro de esta serie tan conocida. ¿Te habías dado cuenta?



Figura 107 y 108. Pared emblemática de la EPSG de la UPV. Frame de La Casa de Papel.
Fuente: <https://acortar.link/liWMbg> y Presentación de Abdón

Localización inicial

Pared de estrellas: (38.996695, -0.166129)

Enigma 1

Encuesta del forms, sigue las instrucciones: Empieza desde el Pato Donald, tira 3 a la derecha, 2 arriba, uno abajo, 7 a la izquierda, etc
¿que hay en esa estrella?: (@) (llave) ¿?

Enigma 2

Colócate debajo de esa estrella, con la brújula apuntando al sur este, sube las escalera que señala la brújula, gira a la izquierda y camina dejando el cristal a la izquierda. Baja por las escaleras. Continua X pasos rectos.

Enigma 3

Y ahora toca como la OCA de puente a puente y tiro porque me lleva la corriente. Te lleva al puente (barandilla) En la barandilla del río de la cafetería. se esconde (38°59'44.8"N 0°09'56.5"W)

Pista

Magnético.

Fin de la ruta de iniciación: **ESCUELA GEOCACHING UPV (GANDÍA):**

Al finalizar la ruta y encontrar todos los cachés del campus, el *geocacher* debe de dirigirse con el pasaporte completo a la Delegación de alumnos en el edificio B, la ubicación final del recorrido. Dicha ubicación tiene un horario por lo que debes asegurarte que permanezca abierta a la hora de acudir.

Una vez dentro se debe mostrar el pasaporte completado al personal que trabaja allí para recibir el último sello, el de la universidad, y un caché de dimensiones gigantes. Un caché XXL, repleto de objetos intercambiables, un libro de registro y bolis. Este puede tratarse de una caja de plástico de almacenaje de 20 litros o más.



Además de ello, como reconocimiento del esfuerzo y constancia se obsequia al usuario con un objeto que forma parte del merchandising de *Geocaching UPV*. por persona/pasaporte. Este premio puede ser alguno de los objetos que se venden en la tienda oficial de la UPV de la figura 109. Como consejo debe ser algo más que un boli blanco que entregan en el campus de Vera, pues desanima un poco hacer 2h horas de recorrido para un bolígrafo, a pesar de haberte llevado la experiencia.



Figura 109. Merchandising UPV. Fuente: <https://tiendaupv.es/categoria-producto/accesorios/>



Figura 110. Regalo Escuela Geocaching UPV. Fuente: Propia

Por otra parte también se propone un caché oficial fuera de la ruta de Escuela Geocaching UPV, llamado LA CLOSCA:

MULTI CACHÉ: LA CLOSCA

Descripción

Tamaño: PEQUEÑO

¿Sabías que cada botella tarda, como mínimo, casi medio siglo en descomponerse y solo el 9% de las botellas de agua de plástico se convierte en plástico reciclado? Por este motivo y muchos más la UPV se ha propuesto reducir el consumo de botellas de plástico en la comunidad universitaria. Para ello se ha unido a la startup Closca y han creado la app “UPV Water”. En dicha aplicación, a través de retos, se crea un sistema de gamificación donde se va obteniendo puntos por rellenar botellas en fuentes. El juego tiene una serie de premios y sorpresas que incentivan al consumo responsable de agua y evitar el plástico de un solo uso. Para conocer más se puede instalar la aplicación en PlayStore.

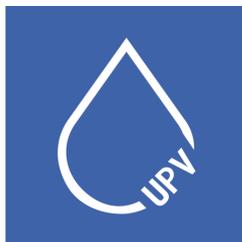


Figura 111, 112 y 113. La Closca. Fuente: App la closca

Localización inicial

Fuente de al lado del Departamento de deportes

Enigma 1

Aquí puedes pedir pelotas para jugar, palas de ping pong y la llave para ir al rocódromo, etc. Contestar pregunta sobre ¿dónde se encuentra el Rocódromo? Pista: puedes preguntar para eso están. [\(EDIFICIO H\)](#)

Enigma 2

De ahí te lleva a la fuente del parque de al lado de la universidad, otra pregunta ¿cuántas X hay en el juego del parque? [\(9, juego del 3 en raya\)](#)

Enigma 3

De ahí te lleva a la fuente de las pistas de fútbol, baloncesto y volley. pregunta ¿cuántos apoyos para bicicletas hay? [\(12\)](#)

Localización final

38.997582, -0.164124

Pista

Magnético



Figura 114. Fuentes del multi cache LA CLOSCA. fuente: propia

4. PROPUESTAS DE MEJORA

Finalmente, una vez estudiado el concepto, los usos y el desarrollo del juego a través del geocaching y a modo de cierre de este trabajo final de máster se proponen algunos aspectos de mejora tanto para la empresa Geocaching oficial así como para el proyecto de Geocaching UPV de la Universidad Politécnica de Valencia

Sugerencias para Geocaching HQ (oficial):

Se trata de una empresa profesional y con años de experiencia por lo que se ve en el trabajo y contenido de calidad. Pero hay unas pequeñas sugerencias de mejora:

- En la web dentro de la página HOME añadiría una explicación de que es Geocaching a grandes rasgos y un resumen de sus números, como hacen en el apartado de información para los medios pero en el inicio. Se le puede añadir el vídeo incrustado en su canal de Youtube.



Geocaching en números

- Hay más de **3 millones de geocachés activos** en todo el mundo.
- ¡Los geocachés están ocultos en **191 países diferentes en los siete continentes** (incluso en la Antártida)!
- Se han registrado más de **642 millones de registros de "Encontrado" y "Evento asistido"** desde que comenzó el juego en 2000.
- Actualmente, hay **más de 361 000 propietarios de geocachés** en todo el mundo.
- Los geocachers se reúnen en más de **36 000 eventos** al año para compartir historias y jugar.
- Hay más de **200 organizaciones de geocaching** en todo el mundo.
- Geocaching.com está traducido a **24 idiomas**, las aplicaciones de Android e iOS están traducidas a **más de 20 idiomas**.

Figura 115. Geocaching en números. fuente: <https://newsroom.geocaching.com/fast-facts>

- Hay apartados que están bastante escondidos en la web como Colabora con nosotros, Directrices para esconder geocachés o Consultas de los medios. en lugar de ponerlos en el menú de abajo de la página, los pondría en el menú principal.
- Youtube: centrarse también en formato horizontal, puesto que está abusando de los shorts en vertical los cuales son un estilo que le pegan más a otras redes como instagram o tiktok. Pueden dedicar más cuidado a la estética de las miniaturas para que sea todo más homogéneo y atractivo.
- Instagram, Tiktok y Twitter, podrían tener un destacado fijado que explique qué es la actividad para todos los nuevos usuarios y potenciales. Pueden emplear el vídeo que tienen fijado en su canal de Youtube

Sugerencias para el proyecto de Geocaching UPV:

Es esencial tener una buena comunicación interna y externa, por ello debe haber un feedback entre los seguidores y el proyecto. Si alguien contacta con Geocaching UPV por alguna de sus redes sociales, se debe contestar y no dejar en visto cómo se ha mostrado en la figura 81. Se debe conseguir un vínculo entre los usuarios y proyecto para que sientan que forman parte de él y para ello hay que dejar que participen y aporten con sus publicaciones, stories, tweets, etc. y agradecerse con un retweet, fav, comentario, etc.

A pesar de ser una actividad divertida e interesante, no sirve de nada si a la gente no le llega. Por ello, debe hacerse conocer a través del boca a boca, redes sociales y de manera offline. Para ello debe generar unas estrategias de difusión correctas. Como por ejemplo, campañas en redes o en la universidad, o propuestas extraescolares en colegios. Además en la página web se puede aportar algo más de información en los apartados de talleres y charlas en lugar de pedir que se mande un correo para solicitarla.

En cuanto a las RRSS del proyecto, no sirve de mucho crear una cuenta en Instagram o Twitter en la que se presente un proyecto y seguidamente se deje inactiva tras hacer las cuatro primeras publicaciones, porque expresa abandono y poca constancia. Por ello sería importante planificar las publicaciones con anterioridad para que no llegue ningún momento en el que no haya contenido que subir. Pues la periodicidad en las redes sociales es bastante importante y actualmente el proyecto no tiene, debería subir como mínimo una a la semana. Para la creación de contenido se mencionan una serie de sugerencias:

- Tener una publicación al menos para cada uno de los cachés oficiales del campus, actualmente 11.
- Publicar fotos en las que se muestran a las personas realizando la actividad, como en su última publicación. A los usuarios les gusta que haya publicaciones de gente real, con caras conocidas ya sea de ellos, sus amigos, conocidos o profesores. Por esto, vemos que el número de likes en cuentas de la UPV se dispara cuando se trata de una fotografía grupal de alumnos.
- En contraposición con el punto anterior, también se pueden basar en las publicaciones de la cuenta oficial de GEOCACHING, donde destacan los posts que se centran en los cachés y sus escondites, son más impersonales por que el protagonista es el contenedor y no tanto quien lo encuentra. Este estilo de contenido

también serviría para @geocachingUPV ya que hace que la actividad se vea curiosa y llamativa. En el caso de no querer hacer spoiler del escondite se puede simplemente mostrar el caché y no el lugar. Aunque por el tipo de actividad es más vistoso la publicación de vídeos resolviendo el juego más que una imagen estática.

- Los copys de los post actuales son muy extensos y formales, sin usar emojis y con enlaces. Están redactados más para Facebook que para Instagram, es mejor expresar un tono desenfadado y divertido, con copys más cortos y emojis para llamar a su público joven dentro de la comunidad de la universidad.
- Se emplean los hashtags #upv #geocaching #escueladegeocaching #geocachingupv aunque también se pueden añadir algunos otros que usa la comunidad de Geocaching como #geocache #geocachingadventure o #ilovegeocaching para llegar a más gente interesada en el tema. Por otra parte, se podría mencionar a la cuenta @geocaching por si en algún momento decide resubir el contenido y dar más visibilidad al proyecto a las personas interesadas.

En cuanto al público objetivo como se ha dicho anteriormente GeocachingUPV tienen el objetivo de introducir a los estudiantes, profesores y familias la actividad de Geocaching. Pero también con su Escuela geocaching está pensada para personas que no conocen la actividad y/o que no conocen el campus. No tiene claro a quién se dirige, y lo refleja en sus pocas publicaciones. Se necesita hacer comunidad, puede aprovecharse la cuenta de la UPV para promocionar el proyecto en Instagram, Twitter y Tiktok. A continuación se presenta una propuesta de publicaciones con una estética similar y de los colores corporativos del proyecto.



Figura 116. Feed propuesto para @geocachingupv. fuente: Propia

5. CONCLUSIONES

A partir del análisis realizado a *Geocaching* y en concreto el proyecto *Geocaching UPV* se obtienen una serie de conclusiones comunes y otras específicas tras la persecución de los objetivos principales y secundarios fijados al principio del trabajo.

Gracias al análisis y exposición de las características que posee la comunidad de Geocaching se ha podido tratar el **objetivo 1** relacionado con dar a conocer y contextualizar su universo transmedia, el cual interrelaciona diversos elementos como son su app y web, las cuales recogen toda la información necesaria para conocer el juego; sus redes sociales donde se muestran contenidos audiovisuales con curiosidades y ejemplos de la actividad; su merchandising el cual la gran mayoría sirve para buscar o esconder estos cachés que se muestran en los vídeos, como son contenedores extraños, intercambiables, linternas, imanes o llaveros; y eventos donde se ponen en práctica las habilidades de un geocache además de conocer y relacionarse con gente que pertenece a la comunidad. Comunidad que busca la diversión en explorar el mundo y encontrar tesoros ocultos pero siempre respetando el medioambiente.

Para abordar el **objetivo 3**, mostrar cómo *Geocaching* es una buena herramienta para transmitir conocimiento y comunicar de manera efectiva, se ha hecho una amplia revisión bibliográfica en la cual se han encontrado ejemplos de ello, algunos son los aportados por Izadi & Cavernario (2018) como el caché "Leyendas de Palencia" donde comunican las leyendas populares de la zona o el proyecto "*We are Geotrouvetou*" el cual enseña algunas de las competencias del ámbito matemático y del ámbito lingüístico. Por lo tanto se puede concluir que *Geocaching* muestra una nueva manera de comunicar con diversos beneficios como el estado físico de las personas, desarrollo de habilidades e interacción con los demás usuarios. Pero cabe recalcar que a pesar de todos los beneficios que se pueden obtener de esta actividad también existen diversos aspectos negativos a tener en cuenta como son la seguridad de los jugadores y el mantenimiento de los cachés.

Para descubrir nuevas propuestas de comunicación a través de la gamificación y adquirir una serie de buenas prácticas (**objetivo 2**) se ha partido del análisis del proyecto *Escuela Geocaching UPV*, del cual se ha concluido que se trata de un proyecto con unas ideas e iniciativas muy valiosas pero que a la hora de poner en práctica no ha sido capaz de llegar a todo su potencial ya que se ha quedado estancado en los inicios del proyecto y sin evolucionar de una manera correcta ejemplo de ello es como sus redes sociales están

abandonadas y las personas encargadas de sellar el pasaporte y dar el obsequio por finalizar la ruta de Escuela Geocaching UPV prácticamente ni se acordaban de donde guardaban los “regalos”. A pesar de que el contenido de la *Escuela Geocaching UPV* esté bien trabajado sea interesante y entretenido; y algunos de sus cachés hayan sido premiados como los mejores de Valencia, el proyecto en sí podría mejorar en diversos aspectos. Por ello se ha realizado una serie de sugerencias de mejora (**objetivo 4**) que se resumen en:

- Su comunicación tanto externa como interna. No es lógico que cuando su público objetivo se comunica con ellos lo ignoren como se comentó en el apartado “RR.SS.” de Geocaching UPV. Debe haber un feedback para que los interesados en la actividad no se sientan ignorados. Para crear o mantener una comunidad, lo primero es cuidarlos y hacerles que se sientan cómodos formando parte.
- Planificar la creación de contenido periodico en sus redes. El principal problema de este proyecto es que da la sensación de ser un proyecto abandonado y poco constante debido a que en sus perfiles en redes tan solo tiene 4 publicaciones y todas ellas son anteriores al 3 de junio. Por lo que se debe ser más constante, porque si un proyecto no tiene nada que publicar no está dando buena imagen. Además de ello tienen la cuenta oficial de Geocaching de la cual pueden sacar inspiración, básicamente publicar a su target encontrando sus cachés o dando a conocer que cachés hay escondidos en el campus, pero sin spoilers muy evidentes.
- Además de ello, hay que llamar a los jóvenes a realizar la actividad y para ello se necesita una especie de incentivo como algún premio para que tengan una motivación, un ejemplo de ello fue el proyecto de la Closca que se popularizó porque tras descargar la app y jugar se podía conseguir una cantimplora. Es cierto que la ruta de la *Escuela Geocaching UPV* ya da un obsequio por realizarse, pero es un simple bolígrafo que se puede conseguir en otros sitios. Personalmente cuando recibí el souvenir me sentí algo decepcionada pues esperaba algo más representativo con al menos el logo de la actividad como un llavero, libreta o taza.

Finalmente, para abordar el **objetivo 5**, Idear nuevos cachés para la UPV en la EPSG se ha diseñado una ficha metodológica que se compone de los siguientes elementos: descripción del espacio por donde discurre la ruta, localización exacta, nivel de dificultad, tamaño y tipo. Se ha rellenado dicha ficha con los diferentes cachés propuestos para la *Escuela Geocaching UPV* del campus de Gandía. Además de uno extra como primer caché oficial: LA CLOSCA.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Adobe Color. (s. f.). Rueda de colores, un generador de paletas de colores. Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://color.adobe.com/es/create/color-wheel>
- Aile Alhenai. (2018) - 01 Cuentos infantiles españoles. *Geocaching*. Recuperado 1 de julio de 2022, de <https://acortar.link/75C4uN>
- AXA Partners. (2020) *¿Qué es el geocaching? ¡Descubre lo que significa viajar jugando! - neo-travel-iberica-site*. Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://www.axa-assistance-segurodeviaje.es/-/entrada-740-que-es-geocaching>
- Bartle, R. (1996). *Hearts, clubs, diamonds, spades: Players who suit MUDs*. <https://acortar.link/tDt6kr>
- Brigitte. (2019). Cómo esconder un geocaché. *Geocaching Blog Oficial*. Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://acortar.link/qLRDSJ>
- Bloomberg. Groundspeak Inc—Company Profile and News*. Bloomberg.com. Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://www.bloomberg.com/profile/company/0634677D:US>
- Borrás, O. (2015). Fundamentos de la gamificación. *Universidad Politécnica de Madrid*. 33.
- Built in Seattle (2019). *5 empresas de Seattle donde puedes construir el futuro | Built In Seattle*. Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://acortar.link/lmyR1z>
- Carrera, P., Limón, N., Herrero, E., y Sainz, C. (2013). Transmedialidad y ecosistema digital. *Historia y Comunicación Social*, 18, 535-545. <https://bit.ly/2PLJtUi>
- Castillero, O. (2018) *¿Qué significa el color verde? Su simbología y emociones asociadas*. *Psicología y Mente* (2018, septiembre 6). <https://acortar.link/3HM4QL>
- Cavernario. (2018). Geocaching, una aportación diferente para el turismo. *GeocachingSpain*. Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://acortar.link/QJZMKY>
- Cavernario (s.f.) - Serie Leyendas de Palencia. *Geocaching*. Recuperado 1 de julio de 2022, de <https://acortar.link/ITKfvB>
- Cómo esconder un geocaché – Official Blog*. (s. f.). Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://acortar.link/qLRDSJ>
- Contreras, R. S. (2017). Gamificación en aulas universitarias. Institut de la comunicació. Universitat Autònoma de Barcelona. Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://core.ac.uk/download/pdf/78545392.pdf>
- Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R., & Nacke, L. (2011). Gamification: Toward a definition. En *Proceedings of CHI 2011. Gamification workshop*. May 7-12, Vancouver.
- Díez, R. (2022). *Educación transmedia. Tema 3: Gamificación*. Máster en Comunicación Transmedia. Universidad Politécnica de Valencia.
- CSIKSZENTMIHALYI, M. (1998). *Aprender a fluir*. Barcelona: Kairós, 1998.
- Duarte, P. A. (2015). El jugador de rol en el entorno digital: Una nueva audiencia para las narrativas transmedia. *Sphera Publica*, 15, 34-56.

- EAFIT (2017). *Un nuevo lenguaje: La narrativa transmedia—El Eafitense – Edición 107—El Eafitense / Universidad EAFIT.* (s. f.). Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://acortar.link/zK9kNe>
- EDUCACIÓN 3.0. (2020). *¿Y si introducimos el geocaching en el aula? | EDUCACIÓN 3.0.* (2020, febrero 6). Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://acortar.link/AfTvOM>
- EL Mundo. (2022). Tik Tok amplía la duración de los vídeos hasta los 10 minutos. ELMUNDO. Recuperado 11 de agosto de 2022, de <https://acortar.link/8SMPLb>
- Escuela Geocaching UPV.* (s. f.). Universitat Politècnica de Valencia. Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://acortar.link/AtkfEQ>
- Fernández, H. (2020) *¿Qué es la gamificación? Aplicaciones y ejemplos reales ?* Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://economyatic.com/gamificacion/>
- Fonts Logo » Geocaching Logo Font.* (s. f.). Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://fontslgo.com/geocaching-logo-font/>
- Briansnat, Usuario Charter. (s. f.). *Directrices para ocultar geocachés.* Geocaching. Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://www.geocaching.com/play/guidelines>
- Geocaching. (s. f.). *Geocaching—The Official Global GPS Cache Hunt Site.* Geocaching. Recuperado 29 de junio de 2022, de <http://www.geocaching.com/>
- Geocaching (s.f.) Normas de uso del logotipo *Geocaching* (s. f.-a). Geocaching. —*The Official Global GPS Cache Hunt Site.* Geocaching. Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://www.geocaching.com/about/logousage.aspx>
- Geocaching. (s. f.). *Tipos de geocaché.* Geocaching. Recuperado 29 de junio de 2022, de https://www.geocaching.com/about/cache_types.aspx
- Geocaching Glossary.*(s. f.). Geocaching —*The Official Global GPS Cache Hunt Site.* Geocaching. Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://acortar.link/ix016O>
- Geocaching - Dones de ciència. (s. f.). *Geocaching.* Recuperado 1 de julio de 2022, de <https://acortar.link/84q4BY>
- Geocaching - EL CAPRICHIO DE FELICIA (R). (s. f.). *Geocaching.* Recuperado 1 de julio de 2022, de <https://acortar.link/CoLCvd>
- Geocaching - El misterio del juguete (s. f.). *Geocaching.* Recuperado 1 de julio de 2022, de <https://acortar.link/7Yhxbm>
- Geocaching - El misterio de la telecomunicación. (s. f.). *Geocaching.* Recuperado 1 de julio de 2022, de <https://acortar.link/7nKLzW>
- Geocaching - El misterio de la informática. (s. f.). *Geocaching.* Recuperado 1 de julio de 2022, de <https://acortar.link/KLErvf>
- Geocaching - H e X i 1000 - Un paseo en bicicleta. (s. f.). *Geocaching.* Recuperado 1 de julio de 2022, de <https://acortar.link/8Boztt>
- Geocaching - La locomotora del Poli (s. f.). *Geocaching.* Recuperado 1 de julio de 2022, de <https://acortar.link/nuLPpK>

- Geocaching - Proyecto SETI (s. f.). *Geocaching*. Recuperado 1 de julio de 2022, de https://www.geocaching.com/geocache/GC87GZD_proyecto-seti
- Geocaching - Una historia curiosa (s. f.). *Geocaching*. Recuperado 1 de julio de 2022, de https://www.geocaching.com/geocache/GC88XZQ_una-historia-curiosa
- Geocaching - Universidad Politécnica de Valencia (s. f.). *Geocaching*. Recuperado 1 de julio de 2022, de <https://acortar.link/Jpq5kr>
- Geocaching*. (2009). Home [Canal de YouTube] Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://www.youtube.com/c/geocaching>
- GEOCACHING UPV [Universitat Politècnica de València]. (s. f.). *Portada*. Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://geocaching.upv.es/portada/cas/index.html>
- Geocaching Wiki*. (2021). *Home—Geocaching.com Wiki—* Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://wiki.groundspeak.com/display/GEO/Home>
- Geocaching Careers*. (s. f.). Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://acortar.link/PMcsvg>
- Geocaching | Facebook*. (s. f.). Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://cutt.ly/uXYLUBH>
- Geocaching.com*. (s. f.). Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://acortar.link/ohfLXv>
- Geocaching (@GoGeocaching) / Twitter*. (s. f.). Twitter. Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://twitter.com/GoGeocaching>
- Geocaching (@geocaching) • Fotos y vídeos de Instagram*. (s. f.). Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://www.instagram.com/geocaching/>
- GeocachingSpain*. (s. f.). *GeocachingSpain*. Recuperado 21 de agosto de 2022, de <http://geocachingspain.es/>
- GeocachingUPV (@GeocachingUPV) / Twitter*. (s. f.). Twitter. Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://twitter.com/GeocachingUPV>
- GeocachingUPV (@geocachingupv) • Fotos y vídeos de Instagram*. (s. f.). Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://www.instagram.com/geocachingupv/>
- Glassdoor. (s. f.). *Trabajar en Geocaching HQ*. Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://acortar.link/sRiAyK>
- GROUNDSPeAK. (s. f.). *Una guía para el Geocaching – ES_ Geocaching _ BROCHURE _ online*. Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://acortar.link/ORaNbO>
- Groundspeak Inc. *Geocaching®*, (s. f.). Google Play. *Recuperado 29 de junio de 2022, de* <https://acortar.link/9drYb2>
- Guest writer*. 2019. *12 consejos para organizar un evento de geocaching*. *Geocaching - Official Blog*. Recuperado 20 de agosto de 2022, de <https://acortar.link/tQaO6m>
- Guerrero, M. de R. (2014). *Metodologías Activas y Aprendizaje por Descubrimiento. Las TIC y la Educación*. Marpadal Interactive Media S.L. Recuperado 21 de agosto de 2022, de <https://acortar.link/AbEFjV>
- GuriezoCity. (2016) - Dichos cántabros *Geocaching*. Recuperado 1 de julio de 2022, de <https://acortar.link/HJnrq6>

- HiSoUR.(2018). Geocaching - HiSoUR Arte Cultura Historia. Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://www.hisour.com/es/geocaching-38882/>
- Hostelería en Valencia. (2021). Más de 250 personas descargan el juego de geocaching del Santo Grial al mes de su lanzamiento—Cultura en Hostelería en Valencia.com. Recuperado 13 de julio de 2022, de <https://acortar.link/djjoLg>
- Hurones Team (2016) - EL PASAPORTE DE LAS TRES C. Geocaching. Recuperado 1 de julio de 2022, de <https://acortar.link/0xEqcl>
- ITC Avant Garde Gothic Font | Webfont & Desktop | MyFonts. (s. f.). Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://www.myfonts.com/collections/avant-garde-gothic-font-itc>
- Izadi & Cavernario. (2018). Geocaching, ¿es posible su uso en educación? GeocachingSpain. Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://acortar.link/3P5OYV>
- Jenkins, H. (2003). Transmedia Storytelling: Moving Characters from Books to Films to Video Games Can Make Them Stronger and More Compelling. MIT Technology Review.
- Kettler, A. (2017). Celebrating 3 million active geocaches around the world. [infografía]. Geocaching blog oficial. Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://cutt.ly/yXYLGsC>
- Krikasol. (2015). N 45 17.460 W122 24.800 - Búsqueda de alijo. Geocaching—The Official Global GPS Cache Hunt Site. Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://acortar.link/l0S8Qg>
- Malvido, A. (2019). La gamificación como estrategia educativa: Tendencias 2019. www.cursosfemxa.es. Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://acortar.link/52wap>
- Mas, Josep A. (2022). CiènciaLab, acércate a la ciencia. Campus de Gandia Ciencia. <https://cienciagandia.webs.upv.es/2022/02/ciencialab-acercate-a-la-ciencia/>
- Navarro, M. (2016). Geocaching: El juego online que hacía salir a la calle antes de Pokémon Go. AS.com. https://as.com/epik/2016/08/30/portada/1472545544_114392.html
- Noticia UPV. (2014). XX aniversario. El Campus de Gandia de la UPV, que ha formado ya a más de 10.000 alumnos, cumple 20 años. Universitat Politècnica de València. Recuperado 15 de agosto de 2022, de <https://acortar.link/U7V6Tb>
- Ochoa, A. D. (2020, mayo 10). Elementos de la gamificación. The Flipped Classroom. Rec <https://www.theflippedclassroom.es/elementos-de-la-gamificacion/>
- Oña, D. (2022). Qué es la Gamificación y por qué está tan presente en la educación y otros entornos: El videojuego como corriente de diseño. IGN España. <https://acortar.link/mGVg0A>
- O'Hara, K. (2008). Understanding geocaching practices and motivations. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1177-1186. <https://doi.org/10.1145/1357054.1357239>
- Peiró, R. (2017) Narrativa transmedia. Economipedia.com. Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://economipedia.com/definiciones/narrativa-transmedia.html>
- Saja Nansa. (s. f.) ¿Qué es el GEOCACHING? | GEOTOUR SAJA NANSA. Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://geotoursajanansa.es/geocaching>

- Sarah (2020). *Geocaching a través de los tiempos: Una breve historia de los juegos basada en la ubicación – Official Blog*. (s. f.). Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://acortar.link/he56Y1>
- Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Deusto, S.L.U.
- Sierra, E. (2015). *Geocaching: análisis actual y potencial en el ámbito del turismo*. Universidad de Zaragoza. Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://core.ac.uk/download/pdf/289984065.pdf>
- Teixes, F. (2016). *GAMIFICACIÓN*. EDITORIAL UOC, S.L. Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://acortar.link/y0AfTj> - https://www.amabook.es/gamificacion_3
- Texas A&M. (2014). *Geocaching for Exercise and Activity Research*. Center for Community Health Development. Public health. Texas A&M health science center. https://cchd.us/wp-content/uploads/2015/04/gear_execsummary1.pdf
- TikTok de Geocaching HQ (@geocaching) | Mira los últimos videos de Geocaching HQ en TikTok. (s. f.). TikTok. Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://www.tiktok.com/@geocaching?lang=es>
- Transmedia Storytelling*. (s. f.). MIT Technology Review. Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://acortar.link/Cr8tQZ>
- TransmediaLab. (2019). Los 7 Principios transmedia de Henry Jenkins. *Transmedialab*. <https://transmedialab.es/henry-jenkins/>
- Turismo Hoya. (s. f.) *Prepirineo Clandestino: Encuentra el tesoro con geocaching*. Turismo Hoya de Huesca. Recuperado 21 de agosto de 2022, de <https://acortar.link/qOK0aq>
- UPV Campus Gandia [Canal de YouTube] (2012, mayo 16). *Coneixes el Campus de Gandia? Façana de les estrelles*. <https://www.youtube.com/watch?v=XgUnUUsewUI>
- Varona, D., Herrero, P., & Pérez Escolar, M. (2019). *Comunicar en las redes sociales. Guía para pymes sobre cómo publicar con seguridad y combatir la desinformación*. CEA.
- Voluntarios Geocaching (s. f.). *Geocaching —The Official Global GPS Cache Hunt Site*. Geocaching. Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://www.geocaching.com/volunteers/>
- WeareGeoTrouvetou (2018) - Estamos eTwinning. *Geocaching*. Recuperado 1 de julio de 2022, de <https://acortar.link/MQwLcb>
- Zichermann, G., & Cunningham, C. (2011). *Gamification by Design: Implementing Game Mechanics in Web and Mobile Apps*. O'Reilly Media
- Zichermann, G. (2011). *Gamification—The New Loyalty*. (s. f.). Recuperado 29 de junio de 2022, de <https://vimeo.com/25714530>