



ESCUELA DE COMUNICACIONES
UNIVERSIDAD VIÑA DEL MAR

“Memorias a Fuego”

**Megaincendio en Valparaíso a 10 años.
Narrativas simbólicas y su configuración transmedia
para la construcción de memoria colectiva y superación de la catástrofe**

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

TUTOR: Miguel Chamorro Maldonado
ESTUDIANTE: Verónica Fernanda Flores Jara

Enero de 2022

A mi familia, que en tiempos de crisis, son mi pilar y guía.

ÍNDICE	Pág.
INTRODUCCIÓN	5
I MARCO TEÓRICO	
Capítulo 1: Memoria social y colectiva	8
1.1 Memoria colectiva	10
1.2 Medios de comunicación y memoria	14
Capítulo 2: La emoción y construcción de memoria	15
2.1 Olvidar o recordar	15
2.2 Re-construcción de memoria	16
Capítulo 3: Trauma y resiliencia	20
3.1 Experiencias comunitarias para afrontar lo traumático	21
3.2 Resiliencia	22
Capítulo 4: El rol social en la narrativa transmedia	25
4.1 Narrativa transmedia, conceptos y orígenes	25
4.2 Convergencia cultural interactiva	26
4.3 Procesos de aprendizaje y narrativa transmedia	28
II ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO	
Capítulo 5: Análisis FODA	30
5.1 Factores internos	31
5.2 Factores externos	31
Capítulo 6: Análisis del Entorno	33
6.1 Factores del Microentorno	33
6.2 Factores del Macroentorno	36

Capítulo 7: Investigación de mercado y de las audiencias	39
7.1 Audiencias	40

III DESARROLLO DEL PROYECTO

Capítulo 8: Procesos	43
8.1 Estrategia de Posicionamiento	43
8.2 Propuesta de valor	45

Capítulo 9: Planificación del proyecto	47
9.1 Objetivos	47
9.2 Estrategias	48
9.3 Tácticas	49
9.4 Propuesta de piezas y maquetas	52
9.5 Plan de financiamiento	65
9.6 Implementación y control	70

BIBLIOGRAFÍA	72
---------------------------	-----------

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la recuperación de la memoria colectiva – por dolorosa que aquella pueda resultar – ha pasado a ser un asunto de real importancia en algunos países.

Constantemente, recurrimos a los testimonios para corroborar o validar información, pero también para completar lo que ya sabemos de algún acontecimiento y del que, sin embargo, muchas circunstancias nos siguen resultando oscuras.

Por cierto, que los primeros testigos a quienes siempre apelamos somos a nosotros mismos, pero nuestras impresiones no solo se fundan en nuestros propios recuerdos, sino que también puede hacerlo en los recuerdos de otros, ya que “la confianza en la exactitud de nuestro recuerdo será mayor, como si una misma experiencia fuera reiniciada ya no únicamente por la misma persona sino por varias” (Halbwachs, 2005, p. 164).

Cuando se evoca en conjunto las distintas memorias que cada uno recuerda de un hecho, el relato toma fuerza, porque la suma de memorias individuales juega un rol fundamental en el proceso de recuperación identitaria. El ser humano está hecho de memoria (tanto individual como colectiva) que le proporcionan conciencia de sí mismo y su entorno, conocimientos heredados de otros e identidad.

Algunos de los motivos para recuperar la memoria colectiva son que buscamos valorizar las experiencias de los demás como parte de ejemplos para generar conciencia social. Además, como sociedad, si contamos con el conocimiento de experiencias previas podemos evitar volver a repetir errores y buscar el sentido a las reacciones colectivas ante un hecho catastrófico. En ese sentido, los testimonios de otros pueden ayudar a los demás a superar sus traumas a través de la empatía.

¿Entonces, por qué es tan importante la memoria? Y más aún, ¿por qué es importante no olvidar hechos que pueden llegar a ser dolorosos de recordar?.

Díaz Viana (2013) señala lo siguiente:

El suceso del pasado que seleccionamos para recordar tanto en nuestra historia personal como colectiva puede marcar el futuro. Es cierto. Pero no es, probablemente, del ayer de lo que más debemos defendernos, sino del mañana. Somos memoria o no somos nada. Y es, en ese sentido, sí, tan importante lo que recordamos como lo que tendemos a olvidar. Porque de nuestros recuerdos podemos hacernos dueños, del olvido no. Es él quien se apodera de nosotros, más allá de lo que quisiéramos permitirselo. (Díaz Viana, 2013, p. 15)

Es en este sentido que se hace tan importante lo que somos capaces de recordar, como lo que tendemos a olvidar. Una catástrofe nos coloca ante la disyuntiva de recordar u olvidar, de callar o seguir contando, de si es mejor borrar los hechos de la memoria o memorializar el desastre para poder controlar el trauma y superarlo. Recordar y contar colectivamente el trauma no es garantía de curación, pero peor es el olvido, porque por el hecho de ser colectivo, lo que una persona no quiera recordar y contar, lo contará otro. Por ello, es muy importante cómo se recuerde el daño, cómo se transmute el dolor, qué sentido de futuro encontramos en medio de la superación de la catástrofe, agregando para este caso un factor no menor, el tiempo.

En este sentido, respecto al megaincendio ocurrido en la ciudad de Valparaíso el año 2014, generalmente, se habla en cifras del daño físico: cuántas casas fueron destruidas, cuántas personas o familias quedaron sin hogar, las hectáreas afectadas, las pérdidas físico-arquitectónicas y económicas. Pero, ¿qué pasa con las emocionales?.

Recién acontecido el hecho, este se dio a conocer en lo inmediato a nivel nacional e internacional como un evento noticioso dramático y una tragedia de impacto de primer efecto a nivel comunicacional. Pero, en segunda instancia, cuando pasaron los días y viene la etapa más reflexiva, el evento, en su origen negativo, se transformó en un hecho que generó experiencias personales y colectivas de superación, aprendizaje y reconstrucción desde la resiliencia.

El incendio como problema social y cultural develó distintas realidades en su momento y ahora que han pasado los años, ¿cómo han evolucionado esas reflexiones?, ¿afectaron el futuro de los o las afectadas?, ¿de qué manera?. Y en diez años más...

La cantidad de personas afectadas por este desastre, formaban gran parte de la población total de la ciudad de Valparaíso. Muchas de ellas fueron niños y niñas cuyas familias permanecieron en la zona reconstruida y que hoy a casi diez años del evento, son jóvenes que crecieron en un lugar que cambió mucho físicamente y afectó su estilo de vida. Sus historias necesitan salir a la luz, debido al carente acceso a medios de representación de sus realidades y proyecciones futuras.

Porque el incendio en sí fue un problema, pero su desarrollo siguió mucho después del hecho puntual. Generó memoria, recuerdos, traumas y reconstrucción de nuevos escenarios emocionales que necesitan ser recolectados como memoria, porque es importante no olvidar, porque forman parte de la identidad de una localidad que, bajo el concepto de superación de trauma, pasa a ser un tema de desarrollo glocal.

Esta necesidad de generar una comunidad de conciencia social, en el sentido de evidenciar un hecho que en su inmediatez tuvo un impacto desde el “terror”, en la actualidad tiene un impacto desde la reconstrucción a través de la cocreación de memoria. Las historias develarán cómo los involucrados

enfrentaron el trauma, cómo reconstruyeron su futuro (desde ese tiempo hasta ahora) y cómo lo seguirán haciendo.

Visibilizar la importancia de la recuperación de memoria colectiva para la superación de eventos traumáticos y dar espacio a la generación de contenidos por parte de los usuarios, generando un espacio digital de narrativa transmedia que soporte y transmita los escenarios emocionales a través de vivencias personales y colectivas, para el rescate de la memoria y la superación de situaciones traumáticas como apoyo a proyectos de responsabilidad social u entidades dedicadas a su estudio, será el principal objetivo del desarrollo del proyecto.

PRIMERA PARTE: MARCO TEÓRICO

Capítulo 1

Memoria social y colectiva

La memoria es un factor narrativo inherente al hombre y este, por su propia naturaleza social comparte sus experiencias con sus semejantes, desarrollándose un marco social en el que se moldean conductas, costumbres y valores propios de las sociedades.

Como señala Fentress y Wickham (2003) “Una memoria sólo puede ser social si es capaz de transmitirse y, para ello, primero debe articularse. Por lo tanto, la memoria social es memoria articulada, aunque esta articulación no supone siempre articulación en habla.” (p. 69)

Las sociedades, por lo tanto, revisan su memoria social desarrollada y articulada a través de su transmisión en diversos medios, con sus signos de expresión y lenguaje propios. Esta variable se relaciona a sí misma con otras ideas vinculantes como la identidad, conciencia histórica, colectividad y valorización cultural. Con ello, nos enfrentamos un panorama interesante, donde la comunicación juega un rol fundamental, no sólo desde el punto de vista de los medios, sino también desde las percepciones de las personas que interpretan estos conocimientos referenciales y le otorgan valor a los contenidos.

Al respecto, James Fentress y Chris Wickham señalan lo siguiente:

En principio, solemos considerar la memoria social una expresión de la experiencia colectiva: identifica a un grupo, dándole un sentido de su pasado y definiendo sus aspiraciones para el futuro. Al hacerlo, la memoria social suele realizar afirmaciones factuales sobre hechos pasados. A veces somos capaces de comprobar dichas afirmaciones factuales con fuentes documentales, pero otras no. Sin embargo, en ambos casos la cuestión de si *nosotros* consideramos dichos recuerdos ciertos desde el punto de vista histórico resultará con frecuencia menos importante que si *ellos* los consideran ciertos. Los grupos pueden considerar sus tradiciones como un conjunto de relatos divertidos que tal vez posean una lección moral que enseñar, pero que no son más que ficciones. No obstante, en otros casos, los grupos pueden considerar fidedignas sus tradiciones. En estos últimos casos, es importante preguntar cómo y por qué lo hacen, pues no cabe suponer que ningún grupo se limite a considerar sus tradiciones los datos sensoriales conservados de sus antepasados.

La memoria social es una fuente de conocimiento, lo cual significa que hace más que proporcionar un conjunto de categorías mediante las que, de un modo inconsciente, un grupo experimenta lo que le rodea; también le proporciona el material para la reflexión consciente, lo que significa que debemos situarlo en relación con sus propias tradiciones, preguntando cómo interpreta sus ‘fantasmas’ y cómo los usa como fuente de conocimiento. (Fentress y Wickham, 2003, p. 46)

La memoria social ocupa una gran centralidad en el escenario contemporáneo y ha significado una reconfiguración de sus manifestaciones y de los ámbitos culturales – en el contexto de la realidad social contemporánea – que reenvía. Huyssen (2002) ha descrito este fenómeno de manera clara y señala que existe una renovada pasión por la memoria durante las últimas décadas, una “obsesión cultural de monumentales proporciones en el mundo entero” (p. 21), señalando que la memoria emerge como una preocupación cultural y política clave en las sociedades modernas y es un síntoma significativo de nuestro presente cultural.

En el marco de los amplios procesos de globalización actuales, de la hipermovilidad de individuos y objetivaciones culturales impulsadas por el desarrollo de capacidades tecnológicas y de alfabetismo mediático, se conforman formas, prácticas y espacios para la memoria, antes inéditos. Este escenario exige una actualización de perspectivas, en diálogo con las existentes, y una ampliación de la mirada teórica y conceptual ante las transformaciones de la memoria.

La memoria no es ahistórica; como forma social se transforma y tiene, por tanto, su propia historia. Las diferentes formas de recordar no solo caracterizan las diferentes épocas y mentalidades, sino que se constituyen en un rasgo fundamental de la misma existencia de estas (Olick, 1998). Bajo esta perspectiva en el proceso de develar las formas que toma la memoria social, de sus prácticas y de sus espacios de ocupación en el escenario social contemporáneo; es que la importancia de la recuperación de memoria es fundamental en sociedades modernas. En este sentido, es ineludible no considerar los profundos cambios sociales que emergen bajo el impacto de los actuales procesos de globalización y creciente movilidad que afectan los procesos y prácticas de la memoria social.

Esta revalorización de la memoria en la actualidad, se manifiesta en prácticas culturales características de las sociedades contemporáneas como la restauración de centros urbanos, la generación de nuevos proyectos de protección patrimonial, la proliferación de museos y memoriales, la popularidad de la moda retro y marketing de la nostalgia, las prácticas de memoria en las artes visuales, el auge de documentales históricos en televisión, y la emergencia y popularidad de una cultura del trauma, en forma de apologías políticas del pasado y su conmemoración.

La definición de memoria es compleja en su estructura y cualquier intento por encasillarla puede cerrar puertas en miras de explicar los distintos fenómenos que se dan en las relaciones sociales. Desde esta premisa y para entender la memoria histórica, si reconstruimos la experiencia del pasado que responde a variables culturales como parte de nuestro componente social, comprenderemos su desarrollo con ideas coherentes y vinculantes que permitan entender la asimilación del concepto como una reconstrucción personal, cuya configuración no se desvincule de lo colectivo y social proporcionado por la comunicación.

Huysen (2011) manifiesta que la visión actual de la memoria se conecta con la modernidad de la globalización, cuyo interés se extiende como objeto cultural en constante desarrollo, algo muy distinto a aquellos relatos vinculados a tradiciones canónicas cuyas estructuras formaban parte de composiciones políticas de los países e instituciones oficiales que buscaban establecer estabilidad en la memoria social y cultural. A juicio del autor, en los tiempos actuales, el modo de pensar la memoria ha cambiado y se ha modificado la forma de interpretar la historia en su dimensión temporal y espacial para explicar lo que fue la vida social y cultural del pasado. En este contexto, lo primero que podemos señalar es que la memoria tiene un significado lógico, entre lo que siente la persona y la relevancia que éste le asigna a ese sentir, para organizar su conocimiento del mundo, es decir, no se puede desconocer que la memoria forma parte de la humanidad y como tal, permite desarrollar juicios, asumiendo con responsabilidad lo que ello conlleva frente a las relaciones con el resto de integrantes de una comunidad, dando sentido a su entorno de manera social y cultural.

1.1 Memoria colectiva

Halbwachs (2005), referente en estudios de memoria histórica y colectiva, señala que la memoria se construye desde el presente y que su trabajo es recomponer con los instrumentos y herramientas de la actualidad, lo que se vivió en el pasado, proponiendo el concepto de memoria colectiva, como base de la organización de los recuerdos individuales. Su teoría se basa en los marcos sociales de la reconstrucción del pasado vivido y experimentado en grupos sociales. Además, pone énfasis en reconocer que la memoria es colectiva, que se desarrolla en un contexto social y pertenece a un tiempo no agotado. Es en este sentido, que la memoria colectiva intenta asegurar la permanencia en el tiempo de las sociedades, como un intento de mostrar que el pasado sigue en el grupo y que la identidad de ese grupo tiene una carga vinculada a la memoria, la cual no se modifica. De acuerdo con su planteamiento, a la memoria colectiva hay que entenderla en su conjunto y desde la percepción colectiva que se tiene del objeto o situación observada, cuando se evocan situaciones, relatos y nociones que permiten al hombre relacionarse con otros socialmente.

Al respecto Halbwachs señala:

En el primer plano de la memoria de un grupo se destacan los recuerdos de los acontecimientos y las experiencias que conciernen al mayor número de sus miembros y que resultan ser de su propia vida, de sus relaciones con los grupos más cercanos, con los que tienen un contacto más frecuente. En cuanto a aquellos que conciernen a un pequeño número, y a veces a uno solo de sus miembros, aunque estén comprendidos en su memoria -ya que, por lo menos en una parte, se producen dentro de sus límites- quedan en segundo plano. (...)

Un grupo entra generalmente en relación con otros grupos. Hay muchos acontecimientos que derivan de contactos, y muchas nociones que no tienen otro origen. A veces, esas relaciones o esos contactos son permanentes o, en todo caso, se repiten con cierta frecuencia, se prolongan durante largo tiempo. Por ejemplo, cuando una familia vive mucho tiempo en una misma ciudad, o cerca de los mismos amigos; ciudad y familia, amigos y familia constituyen sociedades complejas. Nacen entonces los recuerdos, comprendidos en dos marcos de pensamiento que son comunes a los miembros de dos grupos. (...). En efecto, no es el grupo entero; la familia, por ejemplo, no es más que una fracción que puede ayudar a uno de los suyos a recordar este orden de recuerdos. Es preciso que nos encontremos o estemos en condiciones tales que permitan a esas dos influencias combinar mejor su acción para que un recuerdo reaparezca y sea reconocido. (Halbwachs, 2005, p. 181-182)

Otro de los factores fundamentales que considera el sociólogo en la comprensión de la memoria colectiva, es el uso del lenguaje y todos los sistemas de convenciones sociales que permiten reconstruir cada momento del pasado. Afirma que el pasado no se conserva intacto en las memorias individuales y quienes viven en sociedad utilizan lenguajes que solamente ellos comprenden y le dan sentido. Entonces, la memoria colectiva, producto de un proceso de reconstrucción, formaliza una representación del pasado a partir de consensos y negociaciones entre los grupos que aportan a la conformación de la cohesión e identidad social de un colectivo mayor, esto gracias a la racionalidad y uso del lenguaje que utiliza cada sujeto perteneciente a un colectivo determinado de la sociedad.

Para que una memoria individual se ayude de la de los demás, no basta con que estos nos aporten sus testimonios, tiene que haber coincidencia con sus memorias y bastantes puntos en común entre una y otras para que el recuerdo que nos traen pueda reconstruirse sobre una base común. Esta reconstrucción debe realizarse a partir de datos o nociones comunes que se encuentran en nuestra mente al igual que en la de los demás para dar forma a la memoria colectiva. Nuestra percepción individual es propia de un grupo específico, nuestros recuerdos particulares están determinados socialmente. No obstante, la memoria colectiva y la memoria individual mantienen una relación de

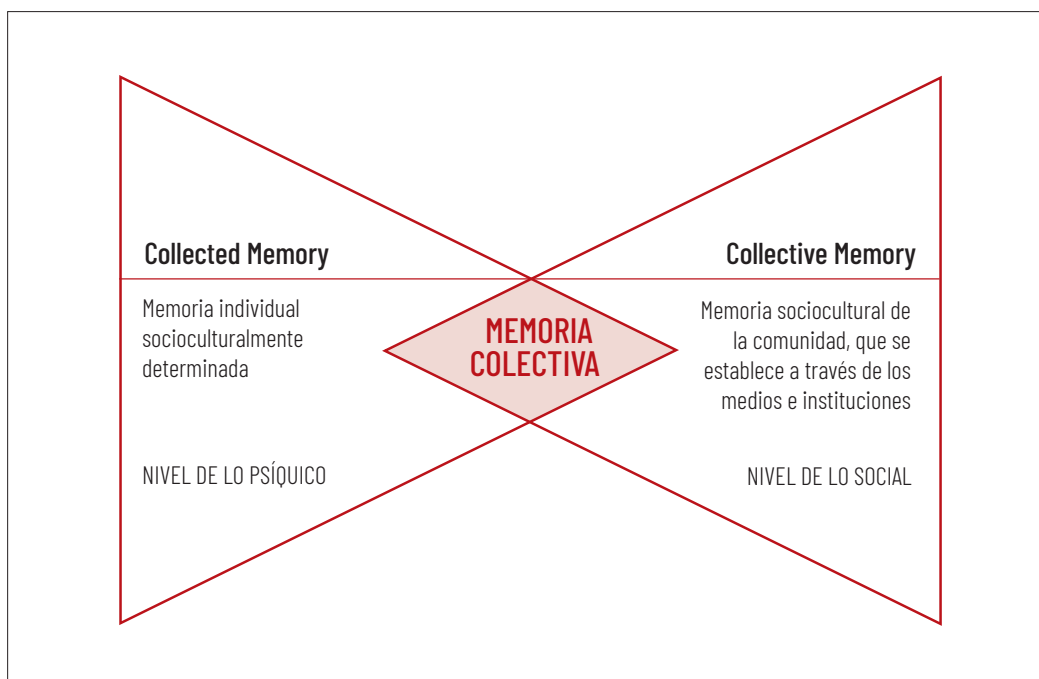
dependencia mutua, como señala Erll (2012), “de manera que el individuo recuerda en la medida en que asume la perspectiva del grupo y la memoria del grupo se hace real y se manifiesta en las memorias individuales.” (p. 21)

Podemos indicar que la memoria individual es, principalmente, el resultado de una construcción social en la medida que se alimenta de los recuerdos del otro, se apoya en un saber social acumulado y se forma según los dictados de las normas generales, de las tradiciones o las ideas de la sociedad. Este conjunto de elementos culturales heterogéneos conforma una memoria colectiva.

Junto con lo anterior, Olick (1999) tomó la diferencia entre lo que él llama la *collected memory* y la *collective memory* como dos conceptos radicalmente diferentes de cultura, dónde la *collected memory* es la memoria individual que está determinada social y culturalmente y en la que el individuo recuerda con ayuda de esquemas que son específicos de su cultura, actuando de acuerdo con valores y normas que se comparten colectivamente y almacena vivencias ajenas dentro del inventario propio de experiencias, es decir la memoria individual se apropia de diversos elementos del su entorno sociocultural. En cambio, como indica Olick, la *collective memory* se refiere a los símbolos, los medios, las instituciones sociales y las prácticas que reciben metafóricamente el nombre de memoria y que representan la relación social que mantiene un pueblo con el pasado. Estas dos categorías de cultura de la memoria colectiva se pueden separar en forma analítica, pero solamente son capaces de producir un efecto a través de su actuar en conjunto (fig. 1).

Figura 1

Conceptos de cultura que conforman la memoria colectiva



De acuerdo con lo anterior, Erll indica lo siguiente:

Así como los esquemas socio culturales determinan la memoria individual, la memoria de la cultura, que se representa en los medios y las instituciones, también ha de actualizarse como puntos de vista en los individuos. De lo contrario los medios que utiliza la memoria o los rituales conmemorativos perderían su sentido y se quedarían sin efecto. (Erll, 2012, p. 135)

Con este análisis, resulta lógico señalar que la memoria colectiva se identifica con endogrupos, en el sentido que en un grupo socioculturalmente conformado pueden existir miembros que no tengan un vínculo de parentesco o familiar con los demás, pero que comparta ciertos elementos de conocimiento común, que expresados en relatos identitarios de forma individual, convergen en narrativas compartidas o actos simbólicos que repercuten en la sociedad, y caracterizan la dinámica del conjunto frente a elementos comunes compartidos.

Esta convergencia forma parte de la conciencia del grupo, donde los individuos (aun cuando no se conozcan personalmente), comparten hechos del pasado que pertenecen a una memoria social reconocible para ellos en forma individual y colectiva. Sin embargo, la claridad de una memoria que se conecta con un endogrupo en forma de memoria colectiva, no sería posible sin la activación de una memoria individual que es clave para construir o evocar un determinado evento y con ello lograr una mediación para construir un conocimiento directo asociado a la memoria social.

1.2 Medios de comunicación y memoria

Con frecuencia vemos que los medios de comunicación elevan determinadas conmemoraciones a la categoría de acontecimientos periodísticos, desde el punto de vista valórico-mediático que el medio de comunicación le otorgue. Esos gestos conmemorativos son parte de una estrategia generadora de significación para una historia particular, la cual eleva a los propios medios a la categoría de guardianes de la memoria social. En ese sentido, en cada uno de esos gestos conmemorativos se observan algunos recursos de actuación que constituyen el denominador común de sus discursos: un presunto interés por el pasado, una determinada valorización de la memoria y, sobre todo una determinada inquietud frente a las condiciones contemporáneas de transmisión.

Pero esta forma de comunicar deja poco espacio al ‘sentir’ de los actores de la historia, su participación se muestra bajo el prisma de lo que el medio de comunicación quiere mostrar, es allí donde las narrativas transmedia dentro de los medios de comunicación cumplen un rol fundamental, ya que generan el espacio para que los usuarios sean los cocreadores de la historia.

En la actualidad, según señala Barbosa (2001) “La angustia por la ruptura de los lazos sociales en una sociedad marcada por la desigualdad, la desterritorialización y la afirmación del individuo, produce un gesto conmemorativo que se convierte en transmisión de nuevas experiencias.” (p. 105). De acuerdo con esta afirmación, cada expresión narrativa de la memoria se inscribe en una tensión entre dos aristas, una que corresponde a la preocupación por la *sociabilidad*, la construcción o la afirmación de una identidad, y el otro, de naturaleza *pedagógica* cuya función es transmitir, dar a conocer e incitar a las comunidades en el desarrollo de la memoria colectiva.

De esta forma el medio pasa a ser un agente de la historia y al mismo tiempo un redactor de ésta, en el que confluyen distintos discursos narrativos que llevan a una interpretación del contexto por parte de los usuarios, así las fuentes que abordan la memoria en los medios de comunicación aportan debate y análisis cuantitativo, pero también cualitativo, ya que la historia generará conciencia en la sociedad.

Capítulo 2

La emoción y construcción de memoria

Estudios históricos actuales que evidencian la existencia de regímenes totalitarios durante el siglo XX, revelaron la existencia de la supresión de la memoria, pasando por un control sobre ellas en términos de información y ocultamiento de hechos. Con la llegada del siglo XXI y la desaparición de dictaduras en el mundo occidental, el interés en la recuperación de las memorias vuelve a tomar importancia en la reflexión y orientación que ofrecen a la sociedad.

Todorov (2000) admite que es un derecho de toda sociedad recuperar la memoria, y en su uso subsiguiente debe ser bien utilizada, “lo cual no significa que el pasado deba regir el presente, sino que, al contrario, este hará del pasado el uso que prefiera. La memoria no es sólo responsable de nuestras convicciones sino también de nuestros sentimientos”. (p 25)

Por lo tanto, al asociar la memoria con los sentimientos, como lo plantea Todorov, debemos asumir que su reconstrucción implica procesos mentales que se conectan con contextos sociales y culturales, donde la historia como conocimiento en la búsqueda de una verdad absoluta se desliga del recuerdo, para dar paso a las convicciones del ser humano, quien actúa como eje principal de su ejecución, esperando que la rememoración tenga una utilidad positiva.

2.1 Olvidar o recordar

Warnock (1987) en su autobiografía, señala que la memoria es la única de nuestras facultades mentales que aceptamos que funciona con normalidad cuando falla. Esta ironía que generalmente pasan por alto los estudios filosóficos y psicológicos sobre la memoria, es que olvidar es normal y forma parte de nuestra naturaleza humana. Como indican Fentress y Wickham (2003), “nuestras memorias expresan la conexión de nuestras mentes con nuestros cuerpos, y de nuestros cuerpos con el mundo social y natural que nos rodea. Pero esta continuidad también es la fuente de los olvidos normales”. (p. 61)

De la misma manera, nos cuesta percibir los cambios frente a hechos cotidianos, pero si nos enfrentamos de improviso a una situación que evidencie esos cambios, nos daremos cuenta de ellos de forma perceptible.

Por su parte, Vezzetti (1998), investiga los modos en que se manifiesta la memoria tanto individual como colectiva, cuando la experiencia está formada a partir de un trauma; interpretado éste como una “herida profunda al ideal fundacional de cualquier comunidad humana” (p. 8). En su ensayo,

Vezzetti afirma que en estos casos se pueden identificar tres variantes de la memoria colectiva: dos que se manifiestan de manera negativa y una de forma positiva. Entre las negativas se sitúan aquellas que proponen “dar vuelta la página” o las que esperan “retomar el combate en la misma escena congelada” (p. 10).

La primera variante, pretende olvidar el pasado trágico, ya que representa un episodio perturbador que dificulta el intento de construcción secuencial de su historia. Esta experiencia prefiere desarrollar la narrativa a través del silencio y el vacío, lo que significa el ocultamiento de cualquier experiencia traumática que desequilibre la construcción de su realidad actual. Pero este olvido no se puede realizar del todo ya que la experiencia traumática que procura ser borrada vuelve a aparecer de manera sintomática y latente, lo que evidencia el espacio vacío y lo hacen resaltar en momentos inesperados. Como señala Isava (2005), “lo reprimido no se deja reducir sin más: de allí las ‘pulsiones’, aparentemente marginales, pero persistentes, insistentes, con las que el carácter alógico, atético de la escritura se insinúa una y otra vez en la historia” (p. 391).

En contraposición a la primera variante, la segunda elabora lo pasado como si estuviera sucediendo en el tiempo presente y se enfrenta a él como un hoy. En este tipo de memoria el discurso interpretativo no permite aliviar los síntomas, ya que no se da el distanciamiento necesario del hecho traumático. Las personas no alcanzan a asumir el pasado como tal, por el contrario, lo viven a cada instante.

Por el contrario, en forma opuesta a estas dos manifestaciones negativas, la rememoración positiva forja una reflexión, una vuelta sobre la experiencia trágica, un retorno crítico que afronta el pasado desde el tiempo presente, consciente de que está delimitada por una temporalidad específica donde se elaborarán discursos que funcionarán como alivios para que la superación del trauma sea posible. En esta variante, según Isava (2005), se acogen las experiencias reprimidas para “desarticular el sistema (del control, del orden, de la ley) y poder ampliar así ‘el campo de lo posible’” (p. 391), es decir, para que exista la posibilidad de volver a (re)inventar, o (re)escribir estos escenarios emocionales desde otra perspectiva: la de quienes no pudieron hablar.

2.2 Re-construcción de memoria

Para realizar el proceso de construcción o reconstrucción de memoria, primero hay que entender la memoria como un conjunto de relaciones sociales, una acumulación de hechos y, sobre todo, como una dialéctica entre el recuerdo y el olvido. La memoria es una reconstrucción selectiva del pasado, basada en percepciones, acciones subsecuentes y nuevos códigos sociales a través de los cuales se delinea cómo se simboliza y se clasifica el mundo. En este sentido, la memoria no preserva el

pasado, sino que lo adapta para enriquecer y manipular el presente y así la historia se constituye en una construcción subjetiva y selectiva del pasado.

Al volver presente una 'cosa ausente', la memoria se vuelve la materialización de una paradoja fundamental: la memoria no es una operación mecánica, es una operación de naturaleza simbólica. Por ello, al recordar un número limitado de acontecimientos, al dar preferencia a unos hechos y relegar otros al olvido, pero principalmente al mantener un mismo hilo conductor, se logra percibir que las narrativas pasan a ser instrumentos de reconstrucción de identidad y no sólo de relatos factuales.

Catell y Climo (2002), en este sentido señalan, que la reconstrucción de memoria, tanto individual como colectiva, se rehace a través de su dialéctica y para ello puntualizan cuatro ideas fundamentales:

- La significación de la memoria se debe a una construcción de sentido de recuerdo en los individuos y las implicancias que pueden tener estos en la memoria social.
- Existen sitios de la memoria que incluyen lugares y objetos, cuerpos humanos y autobiografías, como además rituales, lenguajes y elementos simbólicos.
- La búsqueda de significados se logra a través de procesos dinámicos de la memoria que incluyen el recuerdo, la constatación de los mismos, además de una verdad y justicia para aquellos casos que desembocan en reconciliación.
- La memoria y la identidad están representadas por la expresión de la voz y textos, para y por personas y grupos.

De acuerdo a esta postura, los caminos individuales y grupales que realizan los actores sociales con determinadas expresiones culturales, representan un material válido para la recuperación de la memoria. Por otra parte, el uso de las nuevas tecnologías conlleva un aporte interesante a la reconstrucción de relatos de los usuarios, en la medida que facilitan el acceso a información y además generan espacios que los involucran con su contexto social. En este sentido la memoria social abarca una amplia gama de expresiones culturales, en donde la interacción de los usuarios de las redes sociales es un ejemplo en la reconstrucción de memoria a partir del uso del lenguaje, símbolos, imágenes y acciones de identidad.

En un artículo de Molina (2010), el autor aclara que hacer memoria de la reconstrucción es un proceso reflexivo, donde cualquier desarrollo de esta trayectoria considera recuerdos, deseos presentes y múltiples experiencias que sostienen algunos de los porqués de los sucesos recordados.

“Se trata de acontecimientos multicausados e indiferenciados que tienen como verdad inicial las condiciones propias que los producen, aunque luego sea imposible reconstruir científicamente su origen.” (p. 65). Su trabajo permite evidenciar que la revisión de tales condiciones da cuenta de la inserción y circulación de contenidos y comprensiones de sucesos en espacios comunitarios, en donde la acción da paso al conocimiento. Desde allí surge la reflexión y el reconocimiento de aquellas condiciones que hacen posible la emergencia de un saber acerca de la memoria y su reconstrucción.

En este contexto, Molina señala:

Las historias de vida han sido empleadas en diversas ocasiones para la reconstrucción de significados en perspectiva temporal, porque se focalizan en las formas de intercambio y circulación de la memoria en el interior de la cultura. Cultura en la que convergen en la narración la experiencia social y la individual. La historia de vida recoge la expresión de lo colectivo a través del discurso de las personas, al punto que individuo y sociedad son a la vez repetición y creación. Además, la producción narrativa de la historia siempre produce una selección de acontecimientos del pasado en relación con el presente, que son organizados de acuerdo con significados cada vez actualizados (Santamaría y Marinas 1995); éste es el mecanismo a través del cual la estrategia de historias de vida permite el trabajo en relación con la memoria –colectiva–. (Molina, 2010, p. 67-68)

La posibilidad de compartir significados y experiencias -a pesar de que los individuos se encuentren en espacios físicos distintos- constituye una oportunidad para que la memoria sea colectiva. Es decir, no hace falta que las personas compartan el mismo espacio para construir procesos colectivos de recuerdo, olvido y omisión, porque esto se logra mediante horizontes de significados convergentes y, en algunos de esos casos, comunes. Es así como cada relato individual, pese a ser una narración diferente, comparte elementos con otras, que permiten una identificación de colectividad y ayudan a la reconstrucción de memoria.

Uno de los recursos utilizados para la recuperación o reconstrucción de memoria es el uso de narrativas simbólicas. El ser humano, considerado como un ser social, expresa sus ideales, necesidades, logros, frustraciones y experiencias en general, mediante procesos de comunicación que los conectan con sus pares, la cual fluye de acuerdo con el uso de diversos códigos que están socialmente establecidos por rasgos culturales. En este sentido, las personas van creando códigos adquiridos o establecidos a través de un grupo humano que sienten la necesidad de identificarse mediante símbolos que solo ellos identifiquen, a estos símbolos los dotan de un significado particular que solo los que son miembros de un determinado grupo son capaces de traducirlos o entenderlos. Si bien es cierto, este tipo de recurso puede generar grupos delimitados dependiendo de la naturaleza de la simbología, también puede ser un recurso de lenguaje universal para ejemplificar relatos que en ocasiones puedan ser de temáticas delicadas o susceptibles en sus

contenidos. De esta manera, los usuarios son capaces de afrontar ciertas situaciones que de una forma directa les sería difícil de relatar y ocupar los símbolos como un recurso para la reconstrucción de memoria.

Las narrativas a través de recursos simbólicos pueden ayudar a superar barreras de lenguaje, de ideología y pueden crear lazos de empatía con aquellos que comparten estos mismos conocimientos simbólicos. La propuesta planteada en esta tesis permite investigar dentro de esas representaciones comunicacionales que el ser humano adapta como un metalenguaje, como pueden ser un aporte en el desarrollo de la narrativa y de la recuperación de memoria colectiva e identidad.

Capítulo 3

Trauma y resiliencia

Expuestas las variantes de la memoria en el apartado “Olvidar o Recordar” de este trabajo investigativo, se hace necesario retomar la variante positiva para el desarrollo de este análisis, aquella que no se queda en el campo de las polaridades sino más bien se perfila como el espacio donde la superación del trauma es posible.

Este tipo de memoria “traumática” positiva, no tiene el propósito de sepultar el pasado ni tampoco tiene el deseo de revivir el hecho traumático como si se tratara de una escena congelada. Más bien, pretende ir a la recuperación de la historia de un modo diferente, aceptando que el territorio de la esta memoria es movedizo e inestable, pero invitando a caminar esa región con la plena conciencia de que el trabajo de recuperación es formador de memoria e identidad.

El constructo de trauma desde un punto de vista psicológico patologiza a todo hecho o suceso impactante, sobrecogedor, dramático o trágicamente espectacular, que lleve aparejado el horror, el sufrimiento, efectos desgarradores o desastres. Así es como se “traumatiza” como patológico la adversidad, lo impactante, el sufrimiento, el dolor, la muerte, el duelo, la vulnerabilidad, todos por lo demás hechos inherentes a la vida humana.

Al respecto, Menéndez (2021) indica lo siguiente:

El lenguaje terapéutico que etiqueta en general de “trauma” –como patología– a las consecuencias de los sucesos y catástrofes o al sufrimiento, supone confundir trauma con impacto y una visión reduccionista, mecanicista y canónica de dichos fenómenos y acontecimientos impactantes, sobrecogedores y dramáticos de la vida. Esta psicopatologización de los hechos y sucesos “traumáticos” implica una colonización psi que considera al ciudadano como alguien frágil, vulnerable, pasivo, dependiente, sin capacidad de iniciativa ni de acción, en definitiva, como víctima y por tanto necesitado de terapias, expertos, guías, salvadores y medidas técnico-sanitarias.

Frente a esta patologización de los sucesos y acontecimientos de la vida, se exponen experiencias concretas de catástrofes, que muestran por el contrario la capacidad de respuesta ciudadana de empatía, altruismo, creatividad y superación, de participación activa e iniciativas de acciones colectivas y comunitarias de resolución de problemas, de apoyo mutuo y solidaridad. (Menéndez, 2021, p. 39)

Esto no significa que ante determinados sucesos críticos o desazones de la vida, no necesitemos ayuda, cuidados y atención terapéutica o de otro tipo cuando lo precisemos, pero existen herramientas de carácter social que nos pueden ayudar a superar las adversidades. A través de este tipo de experiencias es que este proyecto pretende generar un espacio para la recuperación de

memoria colectiva positiva, para generar referentes ante la superación de situaciones traumáticas en eventos similares.

3.1 Experiencias comunitarias para afrontar lo traumático

En Chile tenemos ejemplos de experiencias concretas de afrontar lo traumático, como es el caso del megaincendio ocurrido en la ciudad de Valparaíso, el año 2014, que supuso una gran catástrofe, donde más de tres mil viviendas fueron consumidas por las llamas y marcó la vida de doce mil personas.

Como contraparte informativa de las notas 'in situ' realizadas en el momento en que estaba ocurriendo la tragedia, se podían revisar las opiniones de los expertos en salud mental, psicólogos y psiquiatras, que nos hablaban del impacto psicológico de la tragedia, señalando diagnósticos como estrés post-traumático, trastornos adaptativos y depresión, entre otros. Sanhueza y Abarca (2014) indicaron que “este tipo de análisis reduce el impacto subjetivo de la catástrofe a un número circunscrito de expresiones individuales, expresables a través de categorías psiquiátricas que se aplican al constatar la presencia de un número determinado de síntomas.” (párr. 2)

Por ello, lo que buscaremos constatar a través del rescate de la memoria colectiva, es algo que no está descrito en los manuales diagnósticos, ni psicopatológicos, o que de plano se ignora al patologizar los problemas. En el caso del megaincendio, lo que hubo fue solidaridad, acogida, apoyo mutuo, participación activa de la comunidad, elaboración y reconstrucción de lo destruido de forma espontánea, solidaria y creativa. Se producían así mecanismos de experiencia vital y comunitaria. Se crearon nuevos lazos y experiencias para afrontar las pérdidas y para conocer la realidad y las adversidades. De esta manera se transforma el trauma en una respuesta de creatividad y superación, el sufrimiento en autoconciencia, favoreciendo la autonomía, la empatía, la responsabilidad, el apoyo mutuo, la cohesión de los vínculos sociales y la capacidad de iniciativas y habilidades de acción colectiva y comunitaria. En ese sentido no se patologizaron los problemas, (lo cual no quiere decir que no se tuviesen en cuenta y se atendiesen las necesidades específicas que surgían y se precisase de intervenciones clínicas, psíquicas o de otros tipos en el caso de ser requerido), pero lo que se indica es que un hecho traumático se puede afrontar desde acciones colectivas colaborativas para su superación.

A modo de ejemplo y en forma comparativa, Solnit (2020) recoge las experiencias de catástrofes como los terremotos de San Francisco o de Ciudad de México, y el huracán Katrina, entre otros, en que se muestra la importancia de la acción comunitaria, la solidaridad, la creatividad, la empatía y el altruismo, que surgen en medio del dolor y el desastre, como motor de actuaciones y de

respuestas efectivas de la comunidad “... la solidaridad, el altruismo y la improvisación que también reaparecen en tales momentos las llevamos integradas en nuestro interior. La gente sabe qué hay que hacer en el desastre”. (p. 40)

Al estudiar las catástrofes y la capacidad de respuesta de las comunidades, se hace evidente que hay naturalezas humanas múltiples y contingentes, pero pese a todo lo adverso la naturaleza primordial que se manifiesta ante una crisis es generosa, empática, resolutive, valiente y capaz de sobreponerse.

Acerca de la patologización de los sucesos o desastres, Solnit (2020) señala y advierte que:

El lenguaje terapéutico que se refiere casi exclusivamente a las consecuencias de una catástrofe en términos de trauma, sugiere que el ser humano es fundamentalmente frágil, un yo sin capacidad de acción, un yo que se limita a recibir el golpe, la definición más básica de víctima. (Solnit, 2020, p. 36)

Por ello no se puede reducir un trauma a una experiencia invalidante de los individuos, hay que tratar de rescatar las experiencias positivas que el actuar comunitario deja, para sobreponerse ante el trauma y ser testimonio de superación ante lo adverso, y que al compartirlas otros aprendan de estas experiencias.

3.2 Resiliencia

Una experiencia traumática es quizás una de las situaciones que más aporta a la vida de una persona, dependiendo de cómo se enfrente. A pesar del sufrimiento y sentimientos de tristeza y ansiedad, la resiliencia debe darse como un proceso que permita un equilibrio entre el estrés y la habilidad de enfrentarlo evitando un impacto en la calidad de vida y generando un beneficio y crecimiento personal. Como modelo la resiliencia puede favorecer la educación de las personas cercanas a quienes la practican, sobre todo en los niños. Es cierto que hay condiciones personales que tienen mucho que ver con los factores hereditarios, pero igualmente la personalidad se educa, a través de la vida, las circunstancias y el entorno nos rodea. Por tal razón es importante afirmar que es posible educarse y educar en la resiliencia para cambiar actitudes propias y de otras personas de manera favorable.

De acuerdo con el desarrollo de una manera positiva de enfrentar un trauma, surge la posibilidad de aprender y crecer a partir de experiencias adversas. En el caso de la resiliencia, su investigación ha mostrado que es un fenómeno más común de lo que a simple vista se cree, y que son muchas las personas que consiguen encontrar recursos latentes e insospechados en el proceso de lucha que

han tenido que emprender. De hecho, muchos de los supervivientes de experiencias traumáticas logran encontrar caminos a través de los cuales obtienen beneficios de su lucha contra los cambios que el suceso traumático provocó en sus vidas.

Los motivos por los que se viene ignorando la cara positiva del afrontamiento traumático merecen ser considerados al momento de formular la reconstrucción de memoria, ya que el cómo los seres humanos somos capaces de enfrentar una situación traumática y superarla -sobre todo en comunidad- también forman parte de nuestra identidad y merecen ser considerados. Algunos autores como Brickman, Coates y Janoff-Bulman (1978) afirman que existe un proceso social de carácter cognitivo, denominado amplificación social del riesgo, que muestra la tendencia general a sobreestimar la magnitud, generalización y duración de los sentimientos de los demás. Esta tendencia puede explicar, en parte, la victimización a la que se ven sometidas aquellas personas que sufren experiencias traumáticas, empujándolas a estancarse en esta situación.

Los mismos profesionales de la salud mental cuando aplican algunos instrumentos diagnósticos como el TEPT (trastorno de estrés postraumático), reflejan una concepción del ser humano desprendido del mundo y buscan en él de forma individual todas las claves del trastorno, omitiendo la influencia de factores externos en el origen y mantenimiento del llamado trastorno de estrés postraumático, es decir, la dimensión psicosocial del trauma que ubica a la persona que sufre en un contexto social.

Es así como en los últimos tiempos ha tomado fuerza la resiliencia, como la capacidad de una persona o grupo para seguir proyectándose en el futuro a pesar de acontecimientos desestabilizadores, de condiciones de vida difíciles y de traumas a veces graves. Esta concepción relaciona la resiliencia con el concepto de crecimiento postraumático, al entenderla simultáneamente como la capacidad de salir indemne de una experiencia adversa, aprender de ella y mejorar.

Hay que considerar, además, que la resiliencia, entendida como la capacidad para mantener un funcionamiento adaptativo de las funciones físicas y psicológicas en situaciones críticas, no es una característica absoluta ni se adquiere de una vez y para siempre, más bien es la resultante de un proceso dinámico y evolutivo que varía según distintos factores como las circunstancias, la naturaleza del trauma, el contexto y la etapa de la vida y lo que puede expresarse de muy diferentes maneras en diferentes culturas. La forma en que enfrentamos situaciones traumáticas también es reflejo de la cultura de la que formamos parte, por ello, su estudio es muy importante para la determinación de identidad de dichas sociedades.

La resiliencia entonces, es fruto de la interacción entre el individuo y su entorno, y su interacción recíproca, es un proceso de evolución y el proceso de vertebración de su propia historia vital (Cyrulnik, 2001).

Un estudio de Vera Poseck, Carbelo Baquero y Vecina Jiménez (2006), con al aprendizaje a través del proceso de lucha que experimentan las personas de acuerdo con sus características de personalidad, señala que existen tres categorías de crecimiento postraumático:

Cambios en uno mismo: es un sentimiento común en muchas de las personas que afrontan una situación traumática el aumento de la confianza en las propias capacidades para afrontar cualquier adversidad que pueda ocurrir en el futuro. Al lograr hacer frente a un suceso traumático, el individuo se siente capaz de enfrentarse a cualquier otra cosa. (...)

Cambios en las relaciones interpersonales: muchas personas ven fortalecidas sus relaciones con otras a raíz de la vivencia de una experiencia traumática. (...). Por otro lado, el haber hecho frente a una experiencia traumática despierta en las personas sentimientos de compasión y empatía hacia el sufrimiento de otras personas y promueve conductas de ayuda.

Cambios en la espiritualidad y en la filosofía de vida: las experiencias traumáticas tienden a sacudir de forma radical las concepciones e ideas sobre las que se construye la forma de ver el mundo (Janoff-Bulman, 1992). Es el tipo de cambio más frecuente. Cuando un individuo pasa por una experiencia traumática cambia su escala de valores y suele apreciar el valor de cosas que antes obviaba o daba por supuestas. (Vera, Carbelo y Vecina, 2006, p. 45)

De esta manera, se constata que las personas que se enfrentan a situaciones traumáticas, también se enfrentan a cambios, que, en caso de situaciones dramáticas de gran envergadura, también pueden afectar colectivamente a un determinado grupo social. Vivir una experiencia traumática es, sin duda, una situación que modifica la vida de una persona y su entorno, pero sin quitar la gravedad de estas vivencias, no se puede olvidar además que en situaciones extremas el ser humano también tiene la oportunidad de volver a construir su forma de entender el mundo y su sistema de valores. Por este motivo, se deben construir modelos conceptuales capaces de incorporar la dialéctica de la experiencia postraumática, otorgar espacio para el desarrollo de estos escenarios emocionales y aceptar que lo aparentemente opuesto puede coexistir de forma simultánea.

Ampliar y reconducir el estudio de la respuesta humana ante el trauma con el fin de desarrollar nuevas formas de intervención basadas en modelos más positivos, centrados en la salud y la prevención, que faciliten la recuperación y el crecimiento personal, son fundamentales para el desarrollo de la resiliencia como un modelo de aprendizaje que pueda ser aplicable en otras circunstancias.

Capítulo 4

El rol social en la narrativa transmedia

4.1 Narrativa transmedia, conceptos y orígenes

Para comenzar a hablar de narrativa transmedia, se hace necesario empezar a hablar de lo que ocurre hoy con los medios. Venimos de un sistema de medios donde las especies eran pocas, estaba la radio, la televisión, el cine. Pero desde la aparición de la web hace unos veinticinco años, surge también una nueva forma de comunicación con su propio lenguaje y simbologías. De esta manera, de un sistema en que las comunicaciones eran bidireccionales, nace una nueva forma de comunicación en red. Antes teníamos medios de *broadcasting* y ahora tenemos un sistema de comunicación interconectado y en ese contexto aparecen también nuevas interfaces. Pero, si nos quedamos solo con el concepto de desarrollo de nuevas plataformas, nos estancamos en un desarrollo multimedial de las comunicaciones. Por el contrario, la narrativa transmedia incorpora un factor muy importante en la ecuación y es la participación de las audiencias en el desarrollo de contenidos, es decir al *prosumidor*. Como señala Lastra (2016) al referirse a las nuevas audiencias y al reciente concepto de el prosumidor, “En la década de los 80, Alvin Toffler, lo acuñó para referirse a una tercera etapa económica en la sociedad durante la cual las personas producen parte de su propio consumo.” (p. 73)

La teoría de la ecología de los medios descrita por McLuhan (2015) se centra en el principio de que la tecnología no solo influye profundamente a la sociedad, sino que también controla prácticamente todos los ámbitos de la vida, ya que los medios y los procesos de comunicación afectan la percepción y la comprensión humana y además tienen un alcance que rompe las barreras físicas o territoriales. Los antiguos procesos de comunicación digital de una sola vía y de características monodireccionales han evolucionado a sistemas comunicacionales complejos donde se espera una reacción participativa por parte de los consumidores. Hoy en día el mundo vive una explosión de nuevas formas de comunicación con plataformas y tecnologías en constante desarrollo y evolución, lo que obliga a los comunicadores a ser creativos, a saber leer la realidad y comprender su entorno, para sacar provecho de estas herramientas y crear sistemas comunicacionales acorde a los nuevos ecosistemas de medios que incorporen activamente a los usuarios.

El concepto de narrativa transmedia originado por Jenkins (2003), pareciera ser que ha venido definiendo una nueva forma de contar historias y buenas prácticas para diseñarlas e implementarlas, donde las audiencias juegan un papel relevante en su desarrollo. Además, esta conceptualización refleja que el uso coordinado de la narración a través de plataformas puede hacer a los personajes de estas narrativas más atractivos para las audiencias, y que con una buena estrategia de la industria y las tácticas de los usuarios y el *fandom* para participar de ellas, su efecto expansivo puede romper las barreras comunicacionales de los medios tradicionales. Esta interacción involucra el consumo

y generación de cultura de imágenes e ideas, a partir de las cuales la población conforma algunos de sus referentes más significativos y como audiencia la lleva a que exponga sus comentarios y teja redes sociales sin importar la distancia física y geográfica, generando instancias sociales de comunicación en red.

Con este nuevo modelo comunicacional se evidencia que el público ha sufrido una transformación, ya que ha pasado de ser un espectador a ser un público más activo que interactúa a través de las redes sociales y hace uso de diferentes plataformas y dispositivos para ello. Como el mismo Jenkins (2006) explica, si los viejos consumidores se suponían pasivos, invisibles, aislados y predecibles; los nuevos consumidores son activos, migratorios, ruidosos y muestran una dudosa lealtad a las cadenas, las redes y los medios.

Desde esta nueva perspectiva comunicacional de la cual habla Jenkins (2006) al desarrollar el concepto de narrativa transmedia, podemos evidenciar que somos individuos de poder y conocimiento (probablemente unos con más o menos atribuciones que otros) y allí radica el hecho de que la convergencia se produzca en el cerebro de los consumidores y sus interacciones sociales con otros.

El entendimiento de cada persona como “individuo” ha llevado a la sociedad actual a una segmentación, que si bien es cierto no es negativa en su totalidad, puede excluir a quienes no forman parte de ciertos grupos. Ese es para mí el gran desafío que como comunicadores debemos sortear y para ello se hace indispensable que se generen instancias donde esta participación sea posible.

4.2 Convergencia cultural interactiva

La ecología de medios, con el paso de los años, se ha enriquecido gracias a las relevantes aportaciones teóricas de destacados estudiosos en temas de comunicación, tecnología y semiótica, que han aportado a su conocimiento y desarrollo. Entre ellos, Neil Postman (2012) definió en sus investigaciones de ecología de medios respecto a cómo los medios de comunicación afectan a la opinión humana, la comprensión, la sensación, y el valor; y cómo nuestra interacción con los medios facilita o impide nuestras posibilidades de supervivencia. La palabra ecología implica el estudio de ambientes: su estructura, contenido e impacto en la gente. Suma a esto su crítica hacia los medios tradicionales, sobre todo la televisión, ya que apunta a un sistema de comunicación que cada vez se hace más obsoleto, y que poco o nada interactúa con los consumidores.

Por su parte, Lévy (2004), propone observar la realidad contemporánea como un ecosistema de carácter social, técnico y cultural que modifica las condiciones de existencia de las personas, instituciones y sectores. Esta modificación está asociada con la emergencia de nuevas dimensiones de la realidad que incluyen atributos como lo virtual, lo digital y lo interactivo. Este fenómeno, al que denomina programa de la cibercultura, plantea un desafío fundamental: la inteligencia colectiva.

En este contexto, ubicado en una línea comunicacional-semiótica, Scolari (2008) señala que en el inicio del nuevo milenio se observa un tránsito de las mediaciones a las hipermediaciones, sobre la existencia de una matriz cultural que se ha sedimentado en el tiempo, a través de los usos y apropiaciones de los medios (cine, radio-teatro, prensa, telenovela, música negra, etc.), que ha configurado progresivamente una suerte de hibridez cultural en América Latina y el Caribe y que ha adquirido nuevas características en la era de la Internet.

Jenkins (2003) en sus estudios de cultura convergente señala:

El término «cultura participativa» contrasta con nociones más antiguas del espectador mediático pasivo. Más que hablar de productores y consumidores mediáticos como si desempeñasen roles separados, podríamos verlos hoy como participantes que interaccionan conforme a un nuevo conjunto de reglas que ninguno de nosotros comprende del todo. No todos los participantes son creados iguales. Las corporaciones, e incluso los individuos dentro de los medios corporativos, ejercen todavía un poder superior al de cualquier consumidor individual o incluso al del conjunto de consumidores. Y unos consumidores poseen mayores capacidades que otros para participar de esta cultura emergente.

La convergencia no tiene lugar mediante aparatos mediáticos, por sofisticados que éstos puedan llegar a ser. La convergencia se produce en el cerebro de los consumidores individuales y mediante sus interacciones sociales con otros. Cada uno de nosotros construye su propia mitología personal a partir de fragmentos de información extraídos del flujo mediático y transformados en recursos mediante los cuales conferimos sentido a nuestra vida cotidiana. (Jenkins, 2003, p. 15)

Con estas observaciones realizadas por Jenkins (2003), nos queda claro que el proceso comunicacional actual, es un proceso social, que requiere un público activo y participativo para su desarrollo.

Podemos observar que, los planteamientos de la cibercultura, las hipermediaciones y la cultura participativa, en medio de sus diferencias, coinciden en plantear que, tanto en el carácter fenoménico del mundo contemporáneo como en sus marcos comprensivos-explicativos, se encuentran tres registros fundamentales que permiten entender la relación entre comunicación,

medios y tecnologías digitales frente a las transformaciones sociales y subjetivas del sujeto, otorgándoles:

- Otros modos de asumir la realidad.
- Nuevas formas de gestionar su participación.
- Ruptura de la totalización mediante la creación interactiva convergente.

Apoyados en estos referentes, se puede señalar que la convergencia cultural es mucho más que un simple cambio tecnológico y la adaptación de las audiencias a estos cambios. La convergencia cultural altera la relación entre las tecnologías existentes, la industria, los mercados, los géneros y los públicos, obedeciendo a un cambio cultural en el que se involucran el flujo de los medios en sus diversas expresiones, las arquitecturas comunicacionales, la proliferación de canales y redes, y la portabilidad de tecnologías digitales junto a la participación activa de sus actores.

Con estos cambios, el tipo de interactividad entre los sujetos también cambia. Por ejemplo, bajo la condición de grupo, se transita de un simple conglomerado de sujetos que recibe información, a una comunidad de práctica que explora, experimenta, debate y socializa lo que aprende. Por esta razón, la interactividad no sólo fluye entre una comunidad cerrada, sino que se expande a otras comunidades, a las que potencialmente les interesan los temas abordados.

El desarrollo de un proyecto transmedia social, que busque la maduración de una inteligencia colectiva de sus usuarios y que los vincule con el mundo que les rodea, tiene como objetivo pasar la barrera de la reacción, y lo que pretende es pasar de una vez a la acción, a la creación colectiva.

4.3 Procesos de aprendizaje y narrativa transmedia

Uno de los grandes atributos del aprendizaje transmedia, en la dimensión de los ambientes de aprendizaje social y de la ecología de medios, es la posibilidad de la socialización de saberes o experiencias. Como es sabido, la cristalización de un aprendizaje social se logra una vez la persona se pone en escena y comparte lo que sabe. Aunque pueda parecer un asunto de sentido común, es lo que menos se hace en los sistemas educativos actuales, ya que el individualismo y el hermetismo son factores que aun se encuentran presentes cuando hablamos de socialización de conocimientos.

En tal sentido, es importante remitirse a dos reflexiones que han sido abordadas por expertos en el campo de la Educomunicación. El primero es Ferrés (2008), quien propone asumir la educación como un proceso que permite articular lo intelectual-racional con lo emocional-persuasivo. Por este motivo, el académico plantea que el cultivo del conocimiento en las personas se desarrolla por la vía de las pasiones, esto es, a través de un proceso de incorporación de las personas en torno a

ciertos temas y problemas del conocimiento, que hace posible el desarrollo de habilidades, disciplina e intereses. Esto se logra en la medida que las personas socializan lo que saben. Por su parte, Orozco (2010) señala que el uso de diversas pantallas (convergentes) con fines educativos, por ejemplo, el uso de bases de datos articulados con el uso de sitios web, no sólo hace posible almacenar información con el fin de exponerla, sino que permite intercambiarla para avanzar hacia procesos de producción de contenidos.

Es en este sentido que el aprendizaje transmedial actualmente requiere que las personas expresen (por diversos medios y canales) sus experiencias. Sin embargo, lo más importante es que deben socializar con audiencias que progresivamente se van constituyendo en comunidades. Su potencial es la construcción de lo común, esto es, una condición fundamental para la generación de acciones colectivas.

Junto con lo anterior, Amador (2013) indica que uno de los atributos de los ambientes de aprendizaje transmedial es centrarse en la participación colaborativa. “Algunos ejemplos que ilustran estos esfuerzos son las teorías del aprendizaje significativo y el aprendizaje por descubrimiento, con ello es posible generar capacidades y procesos de empoderamiento para reconstituir la esfera pública.” (p. 22)

Estos referentes muestran el valor que ha adquirido en la escena intelectual el tema de la narrativa transmedia y sus potencialidades para comprender la condición humana, especialmente frente a la emergencia de nuevos productos culturales que articulan la narrativa audiovisual y digital con temáticas de valor social. Este valor, junto al surgimiento de la convergencia cultural interactiva conseguirán, nuevas formas de empoderamiento social.

Para ello, debemos comprender la convergencia cultural en su aspecto educativo como un complejo ambiente comunicativo, de este modo la cultura de la convergencia cultural posibilitará el desarrollo de nuevas formas de inclusión social. Las tesis de Postman (2012) permiten confirmar los efectos que introduce la convergencia cultural en el desarrollo de las nuevas sociedades. Por ello, es importante no olvidar el rol educativo de las narrativas transmedia si queremos trabajar en proyectos sociales que beneficien culturalmente a las sociedades.

SEGUNDA PARTE: ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO

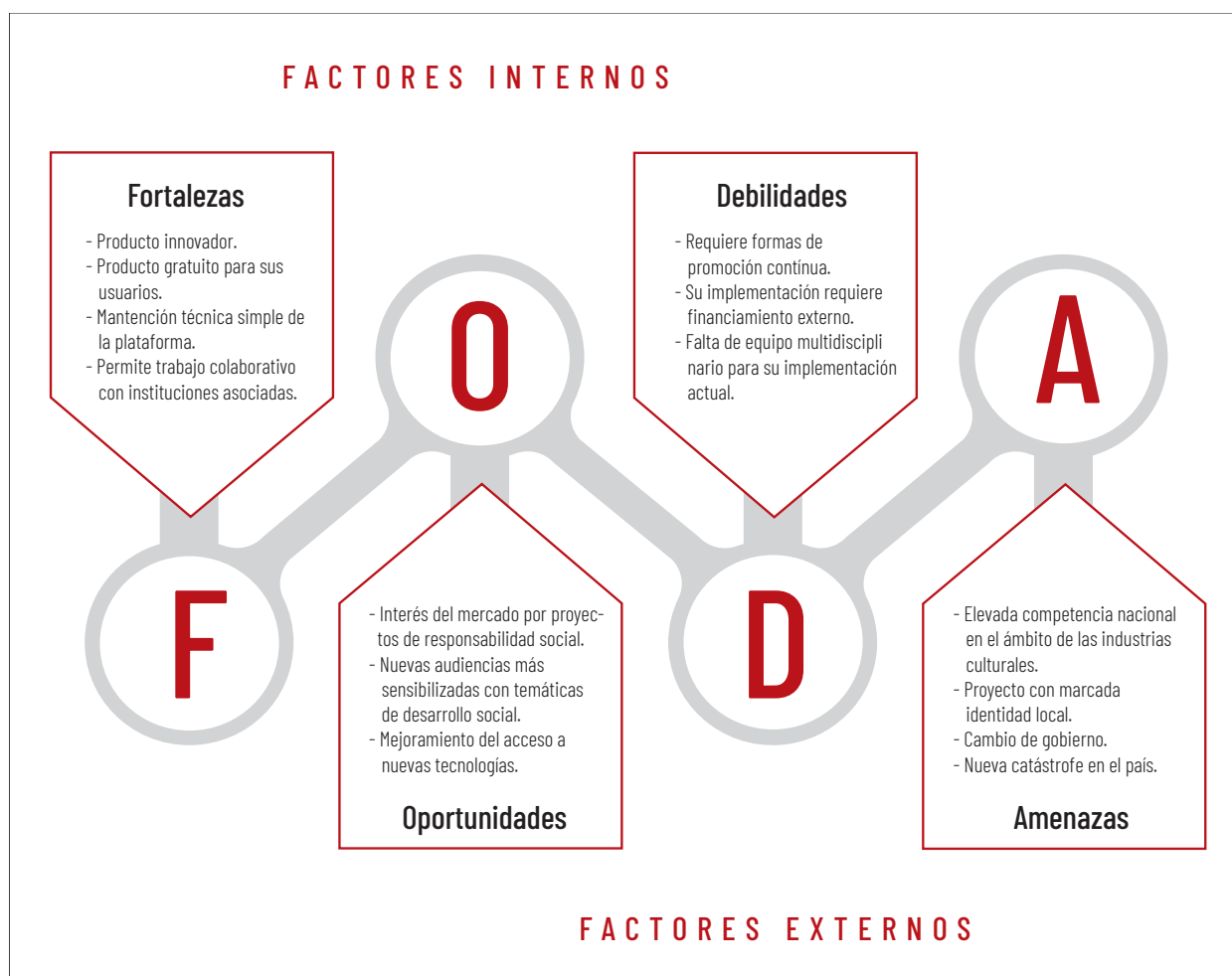
Capítulo 5

Análisis FODA

A continuación, se presenta un cuadro resumen con los principales conceptos que conforman el análisis FODA del proyecto según su situación actual, los que luego serán explicados con mayor detalle.

Figura 2

Análisis FODA proyecto “Megaincendio en Valparaíso a 10 años”



5.1 Factores internos

Fortalezas:

- Proyecto que ofrece un producto digital sin precedentes directos en el ámbito nacional, tanto en temática, como en desarrollo comunicacional transmedia.
- Plataforma que ofrece un espacio participativo de uso gratuito para sus usuarios.
- Luego de la implementación tecnológica inicial, la plataforma solo requiere de una mantención simple para su eventual funcionamiento en el tiempo, lo que genera ahorro en beneficios económicos y de recursos humanos.
- Por tratarse de un proyecto local, de temática definida y de carácter social, permite el trabajo colaborativo con instituciones locales afines (por ejemplo, juntas de vecinos, la municipalidad con sus diversos organismos atinentes a la entidad donde se aplica el proyecto, instituciones sociales, etc.) que pueden facilitar y promocionar sus actividades en forma directa con sus usuarios.

Debilidades:

- El proyecto requiere de un plan de promoción estratégica de gran esfuerzo en forma periódica y prolongada (que debe ser evaluada in situ), para que su funcionamiento transmedia no se estanque luego de su período de inicio, lo que puede llevar a incurrir en nuevos gastos.
- La realización del desarrollo tecnológico y funcional de la plataforma está sujeta a un plan de financiamiento externo, que, de presentar problemas en la obtención de recursos, puede mermar o extender su período de desarrollo.
- Requiere equipo multidisciplinario en las áreas de tecnología, que aun no se encuentra conformado y que necesitará financiamiento.

5.2 Factores externos:

Oportunidades:

- Creciente apertura del mercado, al interés por su participación en proyectos de responsabilidad social de forma colaborativa.
- Surgimiento en los últimos años de audiencias más sensibilizadas en temáticas de desarrollo social y comprometidas con su entorno.
- Según lo indicado en el estudio de la Fundación País Digital (2020), si bien es cierto aun existen brechas en el uso de internet en Chile, la pandemia y el aislamiento físico que ésta conlleva, con actividades como el teletrabajo y estudio remoto, aumentaron la población

con acceso a este recurso, por la necesidad generada. Esto significa que más personas se encuentran conectadas a medios digitales, lo que aumenta el campo de la posible audiencia.

Amenazas:

- Elevada competencia a nivel nacional en el ámbito de las industrias culturales.
- Proyecto con un fuerte desarrollo de identidad local, que puede ser difícil de entender por otras comunidades más globalizadas.
- El actual cambio de gobierno puede afectar las políticas de desarrollo social para el financiamiento de la industria cultural o de sus políticas, lo que podría generar problemas para el desarrollo del proyecto.
- Que se produzca una nueva catástrofe de otra índole en el país, que desvíe la atención de la audiencia de la temática propuesta por el proyecto.

Capítulo 6

Análisis del Entorno

Hoy en día, las nuevas tecnologías y sus actuales aplicaciones ofrecen una gran variedad de formas de comunicar y todo producto comunicacional busca diferenciarse por encima del resto. Para ello, es muy importante disponer de una estrategia que sea diferenciadora, atractiva y que se adapte al momento. Gran cantidad de empresas están adaptando sus campañas al fenómeno transmedia, debido a que es una nueva forma de comunicar, que permite a los espectadores introducirse en unas narrativas que se expanden más allá de la historia o argumento y fomentan la participación del usuario, como ya lo señalara Jenkins (2003), generando una interacción de gran riqueza para ambas partes.

Antes de desarrollar cualquier proyecto de comunicación, corresponde realizar un análisis tanto interno como externo de su organización, el cual corresponde no sólo a la recopilación de datos que componen estos entornos, sino que, también a momentos de reflexión y proyecciones asociadas al objetivo que se busca alcanzar, para desarrollar una estrategia efectiva.

La relación de intercambio entre la organización y la audiencia/mercado se desarrolla dentro de un sistema, en el que hay una serie de factores no controlables que componen el entorno. A continuación, revisaremos los factores del proyecto, divididos en dos tipos de entorno:

6.1 Factores del microentorno

Por tratarse de un proyecto de carácter social que pretende, además de forjar un espacio de encuentro y reflexión para las audiencias, generar una instancia de estudio que ofrezca alinear las capacidades de investigación, desarrollo, innovación y emprendimiento en el ámbito de la resiliencia ante los grandes desafíos que presentan las catástrofes y el impacto que producen en los habitantes de nuestro país, es que se pretende trabajar con instituciones afines el ámbito local.

En la actualidad, cuando el país se enfrenta a grandes desafíos sociopolíticos, se hace imprescindible generar instancias en donde las comunidades puedan organizarse y trabajar por bienes comunes con la ayuda de distintas organizaciones que se encargan de canalizar estos esfuerzos.

Como aliados del proyecto, la Universidad de Valparaíso, a través de la Fundación Parque El Litre, administrada por la Facultad de Ciencias Sociales, será uno de los organismos intermediarios entre el público y la plataforma. Como intermediarios, la fundación se considera uno de los principales ejes estratégicos de difusión, que permitirá la facilitación y promoción de actividades que den

cuenta del trabajo del proyecto y que sirvan de enlace con la comunidad. Por otra parte, esta fundación servirá como organismo vinculante con la comunidad de interés, ya que dentro de sus funciones propias se enfoca en ser un espacio inclusivo y abierto a la comunidad, en miras a desarrollarse como un espacio público comunitario para el sector. Para el año 2016, el Departamento de Psicología Social, de la Escuela de Psicología, se interesó en vincular a la Universidad con el medio social, a través del Parque El Litre, desde allí esta organización realiza permanentemente actividades vinculantes con la población del sector, lo que ha permitido que un grupo de personas se fueran consolidando como agentes barriales reconocidos e integrados en su participación con el parque por medio de diferentes actividades, lo que tuvo como resultado la consolidación del “Comité de Amigos y Vecinos del Parque el Litre”. En este participan la Municipalidad de Valparaíso, los residentes del barrio (pobladores de los cerros La Cruz, El Litre, Las Cañas y Merced), organizaciones culturales que desarrollan sus actividades en el sector y la comunidad educativa de la Carrera. De esta manera, esta institución servirá de puente entre la comunidad de interés y el proyecto, a través de sus actividades propias y de los agentes vinculantes ya nombrados. Esta alianza además se refuerza con la intervención del Departamento de Medicina Narrativa de la Universidad de Valparaíso, quien desde los escenarios familiares, educativos y sanitarios busca generar reflexión y un aporte a la construcción de resiliencias desde una perspectiva relacional, con el desarrollo de talleres, investigaciones y publicaciones propios, quien, además de servir de promoción, ofrece respaldo y participación en la regulación de la efectividad de los procesos comunicativos del proyecto. En ese sentido, estas instituciones que participan de manera directa, facilitando y promoviendo el desarrollo de la plataforma y/o entregando información, además ofrecen un respaldo al tratarse instituciones consolidadas y estables dentro de la comunidad. El contar con el apoyo de una institución de renombre en el sector como la Universidad de Valparaíso ayudará en su percepción positiva frente a la posible competencia, además de ser un factor clave en las posibles vías de postulación a financiamiento del proyecto.

Con este tipo de respaldo, además, se pueden generar nuevas alianzas estratégicas con otras instituciones intermedias como la Municipalidad de Valparaíso, que sirvan de reguladores de las decisiones, tanto del propio proyecto como las de las posibles organizaciones aliadas (juntas de vecinos, CESFAM, centros culturales u otras entidades afines).

En cuanto a los consumidores directos, al tratarse de un proyecto transmedia en donde se espera de su participación para el desarrollo de las narrativas, estos actúan a su vez como proveedores de contenidos, por ende, la relación de intercambio entre ambas instancias es fundamental para el funcionamiento del sistema, debido a que este proceso se basa en un principio de trabajo colaborativo en donde las alianzas estratégicas con las instituciones ya mencionadas, serán un aporte clave en el desarrollo de este factor.

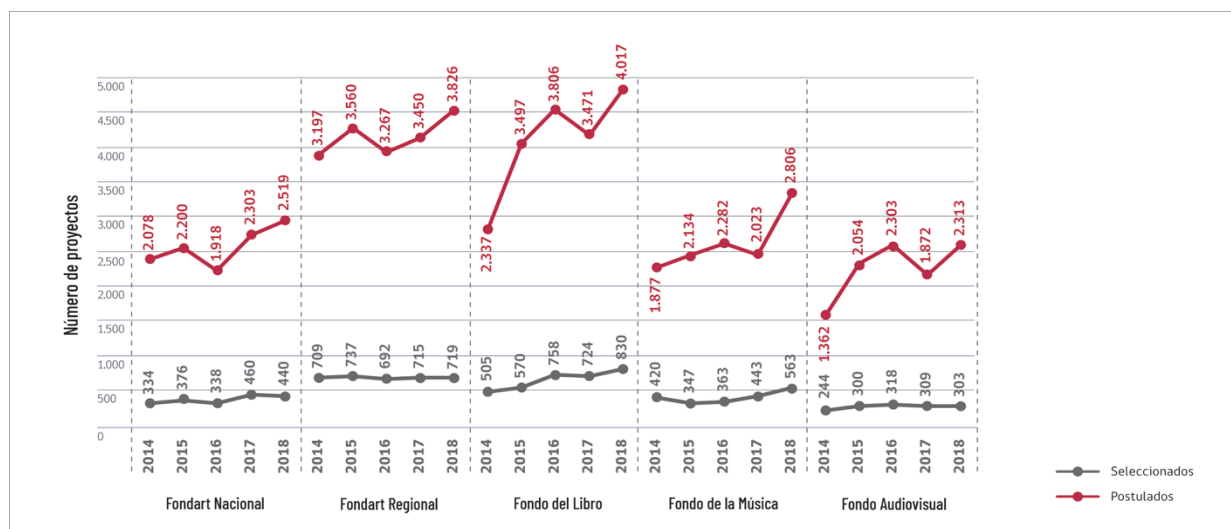
En la actual estructura donde las comunicaciones se desarrollan principalmente en espacios virtuales, el usuario es una pieza clave, ya que como consumidor designa una valoración social en

la configuración de su mundo a través de canales digitales, donde el usuario evoluciona constantemente como sujeto de consumo y comunicación, y para ello necesita el espacio adecuado para realizar este proceso. Es allí en donde la plataforma propuesta, como sistema transmedia le ofrece esta conexión con sus pares y con su entorno.

En cuanto a la potencial competencia, dentro del mercado de productos culturales, son pocas las manifestaciones que se han realizado con la temática propuesta por el proyecto y la principal diferencia se encuentra en el hecho que este proyecto además se plantee como una plataforma web como producto. En la región no existe precedente, salvo algunos documentales y libros de corte investigativo o de crónica que aborden el incendio en Valparaíso, y que, bajo otra perspectiva, incluso podrían llegar a transformarse en material de apoyo para el abordaje de ciertas temáticas. Por otra parte, el crecimiento de proyectos culturales en los últimos años se ha ido acrecentando a través de los años. Muestra de ello es que el año 2018 se haya establecido el Ministerio de la Cultura, las Artes y el Patrimonio en Chile para canalizar estos esfuerzos, como política de estado. La ampliación del mercado cultural ofrece nuevas alternativas para la aparición de competencia, como indica la figura 3, con la muestra de los proyectos postulados a los distintos fondos de financiamiento que ofrece el gobierno, se puede apreciar el crecimiento de la industria y con ello el número de competidores indirectos, por lo que, en el caso de surgir nuevos competidores, el proyecto contará con el respaldo de sus socios estratégicos para afianzar su marca diferenciadora.

Figura 3

Fondos Cultura. Número de proyectos postulados y seleccionados según tipo de fondo. 2014-2018



Nota: El gráfico representa el aumento de las postulaciones de proyectos a los Fondos de la Cultura en Chile, entre los años 2014-2018. Datos proporcionados por el INE.

https://www.ine.cl/docs/default-source/cultura/infografias/infograf%C3%ADas-cultura/infograf%C3%ADa-presentaci%C3%B3n-estad%C3%ADsticas-culturales-2018.pdf?sfvrsn=d17d27a3_2

Al no contar con competencia directa y además tener la posibilidad de financiar el proyecto a través de fondos concursables podremos ofrecer un producto gratuito para los usuarios, y gracias a este aspecto, tener la libertad de establecer ciertos atributos estructurales que beneficien el desarrollo de la plataforma. Además, su valor simbólico se relaciona directamente con la expresión, la creación de sentidos y la comunicación. Su poder expresivo será vital para la identidad y la conexión social de los usuarios, pero además para las que las distintas organizaciones puedan utilizarlas para construir y comunicar una imagen positiva, al igual que utilizarlas para la marca de un lugar y la promoción de una ciudad, generando identidad.

6.2 Factores del macroentorno

Factores económicos:

Aunque en este momento nos encontramos en una situación de crisis producto de la pandemia (considerando la baja del PIB per cápita el 2020 con respecto a años anteriores), podemos decir que Chile, a pesar de la baja, se está recuperando lentamente gracias a la reciente reactivación económica de los distintos sectores. Chile ha tenido la capacidad de superar la recesión que implicó la crisis de la covid-19, por lo que el crecimiento del PIB este 2021 llegaría hasta un 11,5%, según las proyecciones del Banco Central. Pero esta situación aun se encuentra inestable y esta inestabilidad se puede acrecentar de acuerdo con los recientes acontecimientos sociopolíticos que el país está viviendo.

A pesar de que el proyecto ofrece un producto de uso gratuito a sus usuarios y, por ende, un cambio negativo en este aspecto, no debiera afectar su poder adquisitivo del servicio ofrecido, los factores económicos indicados, sí podrían afectar el financiamiento del proyecto o mermar la posibilidad de conseguir posibles inversores para el desarrollo tecnológico y logístico de la plataforma.

Factores socioculturales:

Entre octubre del 2019 y junio del 2020, Chile ha sido testigo de una crisis tras otra, una triple crisis social, sanitaria y económica. El estallido social alteró las maneras de pensar nuestra vida colectiva, visibilizando desigualdades y precariedades que dieron curso a una demanda por dignidad e igualdad. Junto a ello, la rápida propagación de COVID-19 ha producido un quiebre en nuestra cotidianeidad, afectado nuestra salud, relaciones sociales y fuentes laborales. Esta situación nos ha llevado a estar más conscientes de nuestro entorno y abrirnos a nuevas posibilidades de relacionarnos dentro de las comunidades. Debido a estos cambios sociales que están surgiendo a causa de la crisis tanto en el terreno laboral, como en el familiar, se cree que el desarrollo del proyecto se beneficiará, ya que al ofrecer un espacio de reflexión y de trabajo colaborativo, se alinea con los ejes de los nuevos intereses sociales de la población.

Factores tecnológicos:

Producto de la pandemia las personas han tenido que emplear más recursos en la obtención de aparatos tecnológicos que faciliten las comunicaciones. Junto a ello, la virtualización de la educación y de los trabajos, implicó que el país y las distintas organizaciones tuvieran que invertir en implementación tecnológica, para intentar cerrar las brechas de adquisición existentes entre las distintas comunidades, como lo indica análisis realizado por ICR Chile (2020). Esto ha beneficiado a muchas personas que por distintos motivos no podían acceder a tecnologías básicas de comunicación, por lo mismo la alfabetización digital también ha manifestado mejoras al respecto, lo que sin duda contribuirá al alcance del proyecto y su difusión entre comunidades más vulnerables. En ese contexto, Accenture (2021), en conjunto con Oxford Economics, realizó un estudio, para medir los elementos que componen el desarrollo digital en Chile y su impacto sobre el PIB. Los resultados de la investigación indican que la economía digital representa hoy el 22,2% del PIB del país, lo que equivaldría a 55 mil millones de dólares. De esa forma, Chile ocupa el primer lugar del índice de valor económico digital para la región latinoamericana por su nivel actual de adopción de tecnologías digitales, aceleradores y talento digital.

Factores políticos y legales:

El país se encuentra en un proceso histórico, enfrentando preguntas centrales sobre gobernanza, su contrato social y modelo económico. A pesar del inmenso progreso económico y la reducción de la pobreza en las últimas décadas, el marco político existente ha sido insuficiente para seguir fomentando el crecimiento de la productividad y la diversificación económica, mejorar los resultados del mercado laboral y abordar en mayor profundidad su desigualdad. Además, el cambio de gobierno que se manifestará el próximo año, puede significar la realización de grandes modificaciones en este aspecto.

Factores medioambientales:

El creciente interés por el medioambiente ha cobrado cada vez más importancia a nivel mundial, debido al aumento de la consciencia sobre los efectos adversos que causan los procesos industriales y sus productos en el medio ambiente. En este sentido la implementación de nuestro proyecto no entra en conflicto con estos intereses, ya que incluye, en su mayoría, el desarrollo de productos digitales en un entorno virtual, con actividades que no requieren de desarrollo industrial. Por otra parte, en el ámbito local, este interés creciente de la población por el cuidado del medioambiente puede resultar un factor relevante al momento de mostrar interés por el proyecto, debido a que la temática está estrechamente vinculada a una catástrofe que afecta directamente el entorno y que impacta el medioambiente en sus distintas instancias, ya sea en el momento puntual de desarrollo del incendio, como las implicancias de reconstrucción que vienen después de acontecido el evento.

Factores demográficos:

Considerando las proyecciones de población elaboradas por el Instituto Nacional de Estadísticas y consideradas como marco de referencia para la Encuesta Casen 2015, se estima que en la Región

de Valparaíso habitan alrededor de dos millones de personas, constituyéndose como la tercera región con mayor población del país. Su composición de género no presenta diferencias significativas. Un aspecto relevante en este ámbito es el índice de envejecimiento que presenta la región con 107 adultos mayores por cada 100 niños y jóvenes (menores de 15 años), el cual la posiciona como la región más envejecida del país, además de ser la segunda región con menor presencia de niños por hogar.

La región presenta tres indicadores que se encuentran significativamente por debajo de la media nacional, población que reside en zonas rurales, población que pertenece a pueblos indígenas y población migrante internacional.

Estos indicadores nos ayudan a comprender la conformación de la población que habita Valparaíso, y los factores relevantes para encontrar las mejores vías de comunicación y difusión del proyecto, dentro del público objetivo.

Capítulo 7

Investigación de mercado y de las audiencias

El presente proyecto se encuentra inserto en el mercado de las industrias culturales, uno de los sectores de mayor crecimiento a nivel mundial en los últimos tiempos, ya que sus actividades pueden contribuir directa e indirectamente a los esfuerzos de revitalización de un lugar, ayudando a regenerar la infraestructura urbana deteriorada y degradada o trabajando con la trama patrimonial local existente, además de la recuperación de patrimonio intangible tan importante para la reconstrucción de memoria. Además, sus estudios pueden abordar necesidades socioeconómicas específicas y evidenciar realidades muchas veces pasadas por alto en tiempos donde el individualismo prima como modelo social. El mundo cambia constantemente y para enfrentar estos cambios con actitud constructiva, se requiere una mayor resiliencia, donde las personas, las empresas y los gobiernos deben adaptarse rápidamente a las nuevas realidades sociales y económicas. Es allí donde los proyectos sociales tienen un nicho de desarrollo constante.

El desarrollo de la industria cultural, también ha permitido diseñar plataformas para la colaboración y el intercambio de conocimientos y la creación de ecosistemas donde las personas puedan desarrollar conexiones de cooperación e interacción que contribuyan al desarrollo de las sociedades, ya sea compartiendo experiencia, creando capacidad de gestión, mejorando el perfil y el poder de comercialización, accediendo a apoyo financiero, generando políticas sociales, entre otras acciones, de manera colaborativa. Este aspecto es muy importante para el crecimiento personal de cada individuo que conforma la red a través de plataformas conectadas con narrativas transmedia, lo que a su vez se verá reflejado en el desarrollo de sociedades más empáticas y con un fuerte desarrollo de conciencia social.

Los proyectos de esta índole son tan variados (educativos, patrimoniales, servicios comunitarios, salud, políticos, etc.), como diversas son las personas y las comunidades que las acogen, por ello la competencia existente en este mercado también es muy diversa. Se requerirán esfuerzos extra, en la generación de redes de trabajo estratégico para mejorar la efectividad de su funcionamiento y ampliar su difusión.

Dentro de la industria cultural, los proyectos que trabajan con patrimonio -como es el caso del presente proyecto- pueden ser perdurables en el tiempo, sobre todo los relacionados con el rescate de memoria, ya que se pueden transformar en una herramienta de estudio del comportamiento humano individual y/o colectivo en distintas épocas de la historia, aportando información a otros estudios relacionados.

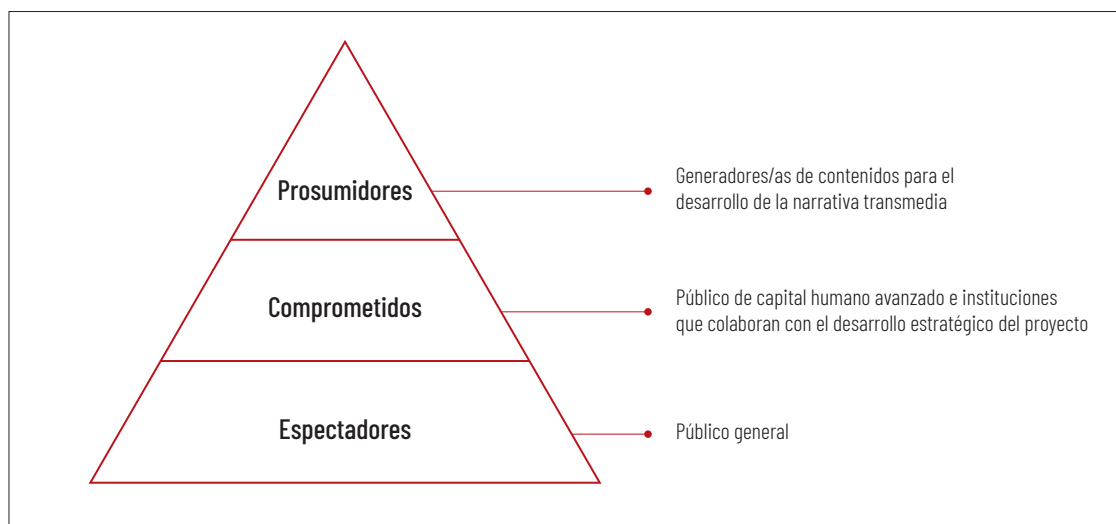
7.1 Audiencias

Como cualquier proyecto comunicacional que busque difundirse, se debe llevar a cabo un proceso de segmentación de audiencias para definir su público objetivo. Para esto pueden usarse criterios socioeconómicos, mediáticos y tecnológicos, sin embargo, no se debe perder de vista que el transmedia tiene como eje a las personas y busca sobre todo su interacción con ellas.

El comportamiento general del consumidor de medios digitales de hoy, para algunos puede parecer errático. Por un lado, se tiene un consumidor que piensa dos veces antes de darle play a un vídeo que pasa de los tres minutos de duración, pero a su vez no cuestiona su hábito de ver un “maratón” de sus series favoritas en servicios de televisión *VOD*. Igualmente, es un usuario que se desplaza sin dificultad entre dar “me gusta” en su sección de noticias y pasar a hacer sus propias transmisiones en vivo en redes sociales, sin pensar demasiado en su propia audiencia. Aunque este comportamiento parezca superficial a primera vista, se trata de un consumidor que interactúa. Respecto a esta cualidad de usuario activo, Scolari (2013) hace dos precisiones que se deben considerar sobre las futuras audiencias. Por una parte, indica que las nuevas audiencias están capacitadas para lidiar con textualidades extremadamente complejas, con variada información que se despliega a través de diversos medios y plataformas y en otros casos un sector de la audiencia va más allá del consumo tradicional y se convierte en productor de nuevos contenidos. En cuanto el término “prosumidor” entra en la ecuación, el diseño del proyecto debe por obligación especificar sus estrategias para llevar al espectador a la participación y cocreación. De acuerdo con estos factores, y a la relación espectador-prosumidor en las narrativas transmedia indicada por Scolari, definiremos las siguientes categorías de audiencia:

Figura 4

Categorías de público objetivo del proyecto.



Fuente: elaboración propia a partir de ideas propuestas por Scolari (2013)

a) Prosumidores:

Grupo encargado de generar los contenidos para el desarrollo de la narrativa transmedia base y a su vez interactuar con la plataforma para su difusión y desarrollo medial.

Edad: 18 a 24 años

Sexo y género: factor no significativo

Ubicación geográfica: ciudad de Valparaíso.

Valor de selección: jóvenes pertenecientes a familias que hayan sido afectadas por el incendio de Valparaíso el año 2014 y que en la actualidad habitan en la ciudad de Valparaíso, de preferencia en alguno de los cerros afectados -Mariposas, Monjas, La Cruz, El Litre, Las Cañas, Merced, Ramaditas o Rocuant- y que conocen de primera fuente lo que significa vivir a diario en ese lugar.

Características de perfil por generación:

Este grupo pertenece a la generación Z, la que se caracteriza por manifestar su necesidad de aceptación y pertenencia a una comunidad. Es una “generación activista” que hace fuerza para generar cambios positivos en la sostenibilidad, medio ambiente y crueldad animal, entre otras acciones sociales. Estas características, como indica Cajal (2020), señalan además, que para esta generación es importante que sus adquisiciones reflejen sus creencias y valores.

Comportamiento online:

La generación Z es la primera generación en ser considerada nativa digital, nacidos en un mundo de alta tecnología con internet al alcance de la mano, en la mayoría de los casos, donde sus teléfonos inteligentes son el centro de su vida. Usan con regularidad redes sociales para interactuar con su entorno.

b) Comprometidos:

Este público viene a conformar uno de los principales factores en el desarrollo del objetivo principal del proyecto, en cuanto a la generación de alianzas estratégicas entre distintas personas y/o entidades para la recuperación de memoria e identidad. El proyecto considera a esta audiencia como el público objetivo principal y con ella se trabajará para conformación de un capital humano dispuesto a trabajar por desarrollo de la comunidad y la creación de nuevos espacios de trabajo acordes a los objetivos de la plataforma.

Edad: 25 a 40 años

Sexo y género: factor no significativo

Ubicación geográfica: ciudad de Valparaíso.

Valor de selección: personas pertenecientes a grupos de capital humano avanzado, que manifiesten interés por la organización y desarrollo de la comunidad, con capacidades mediadoras en el trabajo colectivo. Estas personas muestran interés o se desempeñan en organizaciones de la sociedad civil con interés por temas sociales y con conocimiento sobre ellos. De acuerdo con las estadísticas entregadas por el INE según el último CENSO 2017, en la región de Valparaíso, esta población

alcanza alrededor de 400.000 personas, de las cuales cerca del 90% pertenece a sectores del área urbana. De esta población, cerca de un tercio posee estudios de educación superior y alrededor del 50% declara trabajar, con un 85% de personas trabajando en el sector económico terciario.

Características de perfil por generación:

Este grupo pertenece a la generación Y o Millennials. Mayoritariamente, son un grupo de jóvenes sociables, optimistas, talentosos, bien educados, colaboradores y de mente abierta (Raines, 2003). Han sido formados por sus padres para tener éxito en la vida y se involucran en numerosas actividades académicas, extracurriculares y de servicio. Les gusta emprender y aprender, así como formar parte de la toma de decisiones antes que un sistema de jerarquía. No les asusta cambiar de trabajo y muestran deseos de progresar profesionalmente para poder tomar decisiones y ganar reconocimiento.

Comportamiento online:

Cajal (2020) señala que, aunque la generación Y prefiere los dispositivos móviles, se necesita una estrategia multidispositivo para lograr *engagement* con este grupo. El teléfono móvil y conexión continua a internet son prioritarias para ellos. Es una generación muy visual, por lo que le gustan las redes donde se priorizan las imágenes. Son altamente sociales en sus procesos de adquisición, lo que influye en sus decisiones de compra. Generar en este público una impresión favorable, ciertamente le dará mayor robustez al proyecto, ya que este tipo de usuarios, permanentemente comparten contenido y también generan información que reforzará el trabajo transmedial del proyecto.

Dentro de la categoría de este público, en segunda instancia también consideraremos a instituciones locales afines al proyecto, que puedan ser fuente de alianzas estratégicas en beneficio de la difusión y complementación del trabajo comunicacional realizado en la plataforma. Con este tipo de alianza se pretende reforzar la expansión del proyecto a otras instancias que contribuyan a su desarrollo transmedia.

c) Espectadores:

Se considerará dentro de esta clasificación, al público general que por diversas instancias lleguen a la plataforma y se informen en ella. Si bien no son parte fundamental en el desarrollo activo estratégico del proyecto, vienen a conformar la audiencia 360° que se espera pueda alcanzar un proyecto transmedia.

TERCERA PARTE: DESARROLLO DEL PROYECTO

Capítulo 8

Procesos

8.1 Estrategia de posicionamiento

Desde la creación de Internet y su evolución actual como consecuencia de los avances tecnológicos, la web, dentro de sus múltiples atributos, ha permitido generar espacios para la preservación de memoria, con la adhesión de eventos, relatos o ideas, que registran los medios electrónicos y se ofrecen como fuente informativa, tan variada como variadas son sus fuentes.

Con la llegada de la web 2.0, los espectadores pasivos que tradicionalmente eran receptores del mensaje consiguieron un perfil activo, con el cual son capaces de proponer y generar contenidos, transformando los modelos sociales, estéticos y cognitivos de la web.

Por otra parte, al revisar la información que compartimos en redes sociales podemos inferir que son muchas las características de contenido que pueden asociarse a compartir noticias entre usuarios. Si nos centramos en las emociones, según la teoría de la inteligencia afectiva de Marcus, Neuman y MacKuen (2000), las personas tienen un sistema emocional que produce apreciaciones emocionales específicas, que a su vez determinan actividades y comportamientos. De esta teoría se desprende que las noticias que llaman la atención son aquellas que tienen una carga emocional y que, a mayor emocionalidad, más incidencia tienen en la memoria y el comportamiento de las personas.

En la actualidad, los consumidores cuentan con mayor facilidad y autonomía para evaluar y analizar hasta el mínimo detalle del posicionamiento de marca de cualquier empresa, producto o servicio. Como señalan Kotler, Kartajaya y Setiawan (2018), con esta transparencia, propiciada por el auge de las redes sociales, las marcas no pueden hacer falsas promesas. Una compañía puede posicionarse como lo que quiera, pero a menos que haya un consenso en la comunidad de consumidores, ese posicionamiento quedará solo como una pose corporativa.

En otro aspecto, el desarrollo de la industria cultural ha permitido diseñar plataformas para la colaboración y el intercambio de conocimientos y crear ecosistemas donde las personas puedan crear conexiones de cooperación e interacción que contribuyan al desarrollo de las sociedades, ya sea compartiendo experiencia, creando capacidad de gestión, mejorando el perfil y el poder de comercialización, accediendo a apoyo financiero, generando políticas sociales, entre otras acciones, de manera colaborativa. Este aspecto es muy importante para el crecimiento personal de cada individuo que conforma la red, lo que, a su vez, se verá reflejado en el desarrollo de sociedades más empáticas y con un fuerte desarrollo de conciencia social, acorde a las nuevas generaciones.

Con estos factores en juego, junto a las características sociales del proyecto y considerando los perfiles de usuario propuestos, se propone una estrategia de posicionamiento basada en el uso o aplicación del producto, teniendo en cuenta cómo, dónde y quien lo utilizará y los beneficios que éste aportará a sus usuarios.

Como el proyecto propuesto no genera un producto físico, sino más bien de servicio, no debemos olvidar que los aspectos emocionales también pueden tener su papel en esta estrategia de posicionamiento, para intentar equilibrar el que no solamente se trabajen aspectos funcionales para su desarrollo.

Si bien es cierto, el proyecto propuesto no presenta competencia directa, sí existen factores que podrían influir en la posición en la que se encuentra dentro del mercado de la industrial cultural. El proyecto no pretende ser el número uno en el ofrecimiento de su servicio, pero sí propone destacarse como una instancia que permita la participación y colaboración de los usuarios para su desarrollo, tal como un proyecto transmedia busca. Es por ello que la estrategia de posicionamiento basada en el uso o aplicación del servicio propuesto ofrecerá un “producto” asequible para sus usuarios, no solo en el aspecto económico, sino también en usabilidad, además de cercano, apelando al desarrollo de competencias emocionales de la audiencia, que favorezcan la generación de instancias colaborativas y resilientes para el desarrollo de actividades que favorezcan a la comunidad involucrada.

Con el respaldo de una entidad universitaria pública y estatal para su desarrollo, el proyecto podrá contar con diversas vías de financiamiento, que además se podrán complementar con el apoyo de recursos humanos de dicha institución. Esta clase de respaldo no solo genera un beneficio económico, sino que además sirve de apoyo para la generación de una imagen seria y sólida, como sello distintivo que aporte credibilidad para el público al cual se dirige.

El sistema de desarrollo del proyecto permite evolucionar con el producto transmedia, para que la buena experiencia, desde el sentido común y la racionalidad que impera en cada usuario, hable por sí misma a través de los distintos medios y canales que se vayan generando. Así, en vez de centrar una estrategia de posicionamiento cerrada en sí misma, dejarla abrirse al exterior de forma colaborativa con otras instituciones, centros de investigación, clientes e incluso competidores, si con eso se lleva a generar un nuevo conocimiento, es decir, una innovación abierta.

En la medida que la plataforma siga creciendo en participación comunitaria de forma transmedial, es que esta podrá mantenerse vigente dentro del nicho asociado. Por ello, la relevancia que se busca generar para el segmento específico de clientes al que va dirigido el proyecto, en cuanto a la propuesta de la generación de un espacio que permita el desarrollo de escenarios emocionales con un fin identitario local, es un factor primordial en el desarrollo de la estrategia de posicionamiento

basada en usabilidad o aplicación del “producto” y en la generación del nicho asociado a la audiencia que se interesa en valores sociales, tanto para su estudio, como para su desarrollo.

Al buscar una respuesta emocional de parte de los consumidores, inevitablemente debemos apelar a la autenticidad del proyecto y lo que ofrece. Esta fidelización de audiencia se centrará en una cultura orgánica centrada en las personas, un estilo distintivo de comunicación colaborativo y en red y un gancho emocional convincente en base a la empatía y compromiso.

8.2 Propuesta de valor

De acuerdo con el análisis realizado en base al modelo ofrecido por Alexander Osterwalder, con las herramientas de lienzo, diseño, prueba y ajuste, la propuesta de valor que formula el proyecto para sus usuarios se fundamentará en los siguientes ejes:

Figura 5

Ejes para el desarrollo de la propuesta de valor



“Memorias a Fuego”, es un proyecto interactivo transmedia que pretende explicar cómo los niños y niñas afectados por el megaincendio de 2014 en Valparaíso, hoy ya jóvenes, han podido ir superando esta experiencia traumática a través de la resiliencia, el apoyo de sus familias y su entorno. Sus historias merecen un espacio para ser conocidas y junto a ello visibilizar como una comunidad entera, afectada por una tragedia, puede volver a levantarse.

Como proyecto, se ofrece un espacio digital, colaborativo y participativo para quienes sientan la necesidad de compartir sus experiencias y rendir tributo a quienes con esfuerzo superan la adversidad de una tragedia. Sensibilizar a la población y dignificar a los y las afectadas, permitirá que quienes se interesen en conocer el proyecto, encuentren un espacio que estimula la reflexión y el debate sobre la importancia de la recuperación de la memoria para la generación de identidad y de esta manera generar redes de conocimiento.

El proyecto contempla relatos a través de testimonios orales y escritos, material fotográfico y audiovisual, para conocer de primera fuente las experiencias de quienes se vieron afectados por el incendio, ofreciendo las herramientas digitales para que quienes quieran participar de esta experiencia, puedan realizarlo a través de una plataforma digital configurada para un fácil acceso y buena usabilidad. Su diseño simple e intuitivo permitirá que los usuarios sean los conductores del relato y tengan a su cargo la libre elección de los contenidos, además de contar con espacios en donde podrán interactuar con otros usuarios.

Este proyecto de innovación social, que busca dar solución a las necesidades de visualización y revalorización de memoria (tanto individual como colectiva) de una comunidad afectada por una catástrofe, es un espacio dinámico e interactivo que rescata su historia y que busca proporcionarle conciencia de sí misma y su entorno, para integrarla de forma activa dentro de la solución del problema desde la perspectiva del individuo hasta su desarrollo comunitario.

Capítulo 9

Planificación del proyecto

9.1 Objetivos

Objetivo General:

Visibilizar la importancia de la recuperación de memoria colectiva para la superación de eventos traumáticos y dar espacio a la generación de contenidos por parte de los usuarios, propiciando un espacio digital de narrativa transmedia que soporte y transmita los escenarios emocionales a través de vivencias personales y colectivas, para el rescate de la memoria y la superación de situaciones traumáticas, como apoyo a proyectos de responsabilidad social o entidades dedicadas a su estudio.

Objetivos específicos:

- Implementar una estrategia de comunicación digital que permita la recuperación de memoria e identidad de una localidad siniestrada.
- Obtener una visión del sentido de la memoria desde la perspectiva del mensaje emitido por los usuarios en la instancia ofrecida.
- Diseñar un modelo de análisis de contenido del mensaje de los usuarios para complementar el relato de un suceso catastrófico a través de sus experiencias, en forma transmedial.
- Evaluar qué contenidos temáticos son determinantes en la generación de discursos de representación de memoria histórica y qué elementos de esa memoria evidencian un perfil social para ser estudiado.
- Ser apoyo en la recolección de material vivencial y experiencial de los usuarios, para la generación de contenidos transmedia que complementen estudios de generación de memoria colectiva y los potenciales beneficios que se puedan obtener de dichos estudios para otros casos similares.
- Contar, registrar y obtener material de reflexión de un hecho traumático, para otras coyunturas de vida como aporte a otras organizaciones sociales en sus estudios.
 - Fundación Parque el Litre de la Escuela de Psicología de la Universidad de Valparaíso.
 - Departamento de Medicina Narrativa de la Escuela de Medicina de la Universidad de Valparaíso.

9.2 Estrategias

Para el cumplimiento de los objetivos planteados, el proyecto propone un desarrollo transmedia basado en tres líneas estratégicas, que son:

- Sitio web como plataforma principal de contenidos e interacción con la audiencia.
- Redes sociales para masificar los contenidos y permitir su interacción con el sitio web para indexar nuevos contenidos, entre ellos algunos gamificados.
- Actividad en terreno para generar instancias físicas que sirvan de promoción y acercamiento a nuevos públicos.

Estas instancias permitirán desarrollar un universo transmedia que contemple su realización a través de distintas plataformas para generar la expansión del proyecto y la participación de las audiencias en su desarrollo.

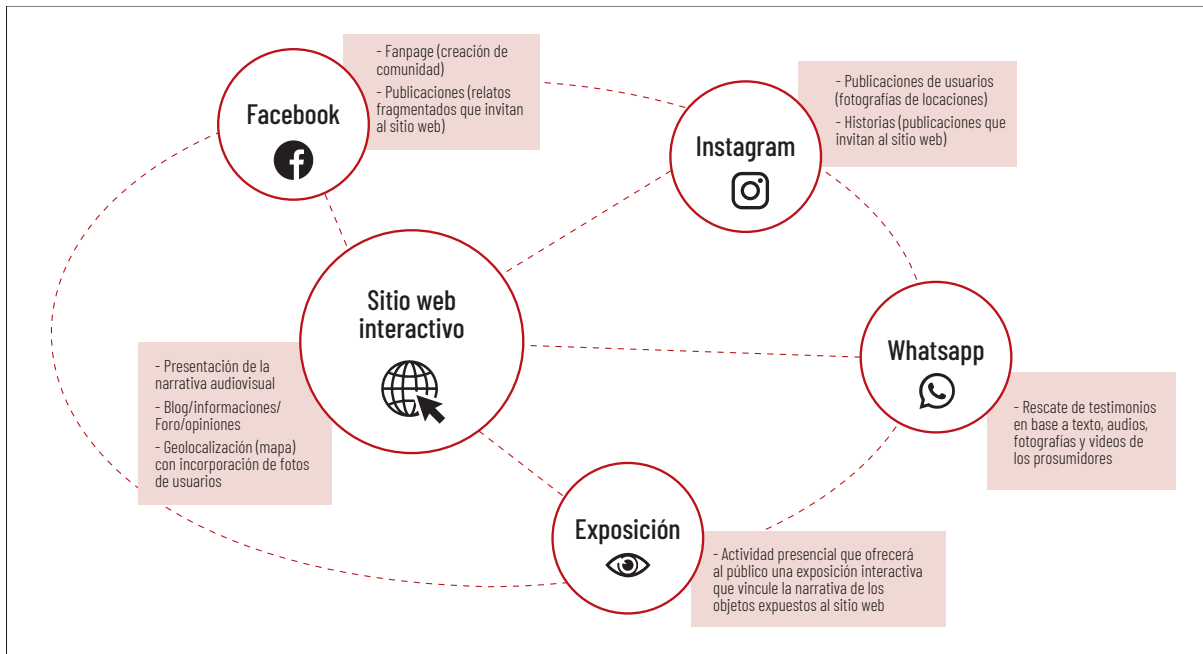
La idea principal de esta estrategia es entregar herramientas tecnológicas y comunicacionales para que las audiencias, además de visualizar, puedan generar contenidos y participar de la experiencia transmedia del proyecto.

Las plataformas propuestas para el desarrollo del proyecto serán definidas de acuerdo con su usabilidad, y las preferencias de los usuarios clasificados en el público objetivo y sus características de acceso y manejo de tecnologías digitales, para crear un mejor *engagement*. De esta manera propiciaremos recursos adecuados a cada audiencia.

Como parte de la estrategia de desarrollo, se propone un mapa de recorrido de usuario que contemple en primera instancia el uso de redes sociales para la difusión y socialización del proyecto (estas acciones se mantendrán en el tiempo para actualizar las informaciones de los nuevos contenidos que se vayan generando), en segunda instancia de acción las visitas al sitio web interactivo, y finalmente la actividad presencial para cubrir un área no digital que pueda capturar nuevas audiencias y generar nuevas instancias de participación. Esta forma de secuenciar los contenidos permitirá controlar etapas y facilitar su evaluación para mejora las instancias que lo ameriten.

9.3 Tácticas

Figura 6
Universo Transmedia



De acuerdo con las plataformas definidas en el universo transmedia, las tácticas de funcionamiento de cada una de ellas para el desarrollo transmedia del proyecto son las siguientes:

a. Sitio web:

Soporte principal del proyecto, que estará encargado de exponer tanto los recursos documentales, fotográficos y auditivos que aporten los usuarios para presentar la historia de “Memorias a Fuego” a las audiencias y que éstas puedan ser visualizadas de forma interactiva de acuerdo con sus preferencias, para generar una experiencia inmersiva. Esta plataforma tiene una estrecha conexión con las otras plataformas digitales para la obtención de los recursos que elaborarán sus contenidos. El sitio web será el soporte de los relatos de los prosumidores y además ofrecerá espacios para el diálogo y reflexión en torno a la temática y la superación de eventos traumáticos a través de la resiliencia en forma de foros de discusión, artículos informativos y espacio para opiniones. Otra instancia a la cual el sitio web le ofrecerá soporte es un mapa interactivo georreferenciado de la zona afectada por el incendio, que recogerá fotografías relacionadas que usuarios de Instagram aporten para dicho efecto.

b. Whatsapp:

La red social de whatsapp ofrecerá una línea abierta, de uso exclusivo para la recopilación de los relatos de los prosumidores a través de textos, audios, imágenes y videos que nos envíen. De esta manera obtendremos las historias que formarán el relato principal de “Memorias de Fuego” expuesto en el sitio web. Esta línea estará conducida por los profesionales en salud mental de la Fundación Parque el Litre de la Escuela de Psicología de la Universidad de Valparaíso, para encausar el diálogo que se genere de esta instancia. Luego de recepcionada la información que complete el relato, se procesará para darle el formato que permita su exposición audiovisual en el sitio web.

c. Instagram:

En la red social de Instagram se creará un perfil de usuario que funcionará en base a dos criterios, por una parte ofrecerá un espacio de difusión del proyecto a través de sus historias que se compartirán entre sus seguidores y por otra parte ofrecerá un espacio para que a través de un hashtag los usuarios publiquen sus fotografías georreferenciadas pasadas y/o actuales de la zona afectada por el incendio, que luego mediante una tecnología acorde, sean indexadas al mapa que se alojará en el sitio web y de esta manera ofrecer un recurso visual de la zona afectada y los cambios que se produjeron (y en algunos casos aun se producen) en la zona, producto del evento.

Esta instancia de postear fotografías propias busca generar un efecto de gamificación, para que los usuarios de esta red participen publicando sus contenidos, que luego serán publicados en la web con créditos a su propia autoría.

d. Facebook:

La plataforma Facebook será utilizada para crear un fan page del proyecto, que permita la viralización de contenidos que ayuden a la difusión del proyecto y, por otro lado, crear comunidad de acuerdo con las herramientas propias de la aplicación.

Esta plataforma será responsable de la masificación de los contenidos dispuestos en la web e invitará a sus usuarios a visitar el sitio web del proyecto para profundizar en sus contenidos y participar de él.

e. Exposición

Esta actividad presencial pretende profundizar en los relatos publicados en el sitio web a través de recursos físicos que propicien la experiencia transmedia del relato expuesto. Se expondrán objetos simbólicos rescatados del incendio (proporcionados por los afectados) que narrarán la historia de quien los rescató y por qué fueron rescatados, a través de textos introductorios. De esta manera, se

reforzará la narrativa en un medio físico, que estará indexada a las historias contenidas en el sitio web.

Esta instalación en primera instancia podrá ser expuesta en la sala El Farol de la Universidad de Valparaíso, lugar que se encuentra inserta en el medio de la ciudad, es de fácil acceso y de uso gratuito. Además, la universidad, cuenta con otros espacios dispuestos para exposiciones dentro de la misma ciudad, y con instalaciones en las ciudades de San Felipe y Santiago, que pueden apoyar la itinerancia de la muestra. También, y en la medida de lo posible, la Universidad de Valparaíso cuenta con enlaces con otras instituciones, que podría generar instancias para que la exposición pueda itinerar a otras ciudades para dar a conocer el proyecto a audiencias no locales y generar nexos con otras localidades que puedan presentar estas características.

9.4 Propuesta de piezas y maquetas

Antes de preparar la propuesta de piezas de las plataformas que componen el proyecto transmedia, se dispuso a generar una marca, con la finalidad de unificar visualmente los distintos sistemas a través de códigos gráficos afines, para que la audiencia identifique los distintos productos como parte de una red. Esta estrategia es muy importante, ya que de esta manera cada plataforma estará vinculada con las otras en códigos gráficos, junto a los propios del relato.

La marca corporativa compuesta por isotipo y logotipo pretende crear un sello que pueda ser aplicado en diferentes formatos, conservando sus aptitudes de legibilidad e impacto. En su tratamiento gráfico recopila elementos de carácter moderno y simple para producir un acercamiento conceptual con el público objetivo y con las características propias del proyecto. El uso de colores vibrantes, cálidos y contrastantes también busca reforzar este concepto visual.

El color rojo, utilizado como color complementario a la marca, se identifica con el significado de fuego, pero también del amor y la emoción que junto a la figura central representan la resiliencia. Por otra parte, su carácter de sello es fácilmente aplicable sobre distintos fondos sin que pierda su legibilidad, lo que ayudará a su vez que pueda ser utilizada en distintos formatos cuando el proyecto vaya creciendo en su desarrollo.



**Memorias
a Fuego**



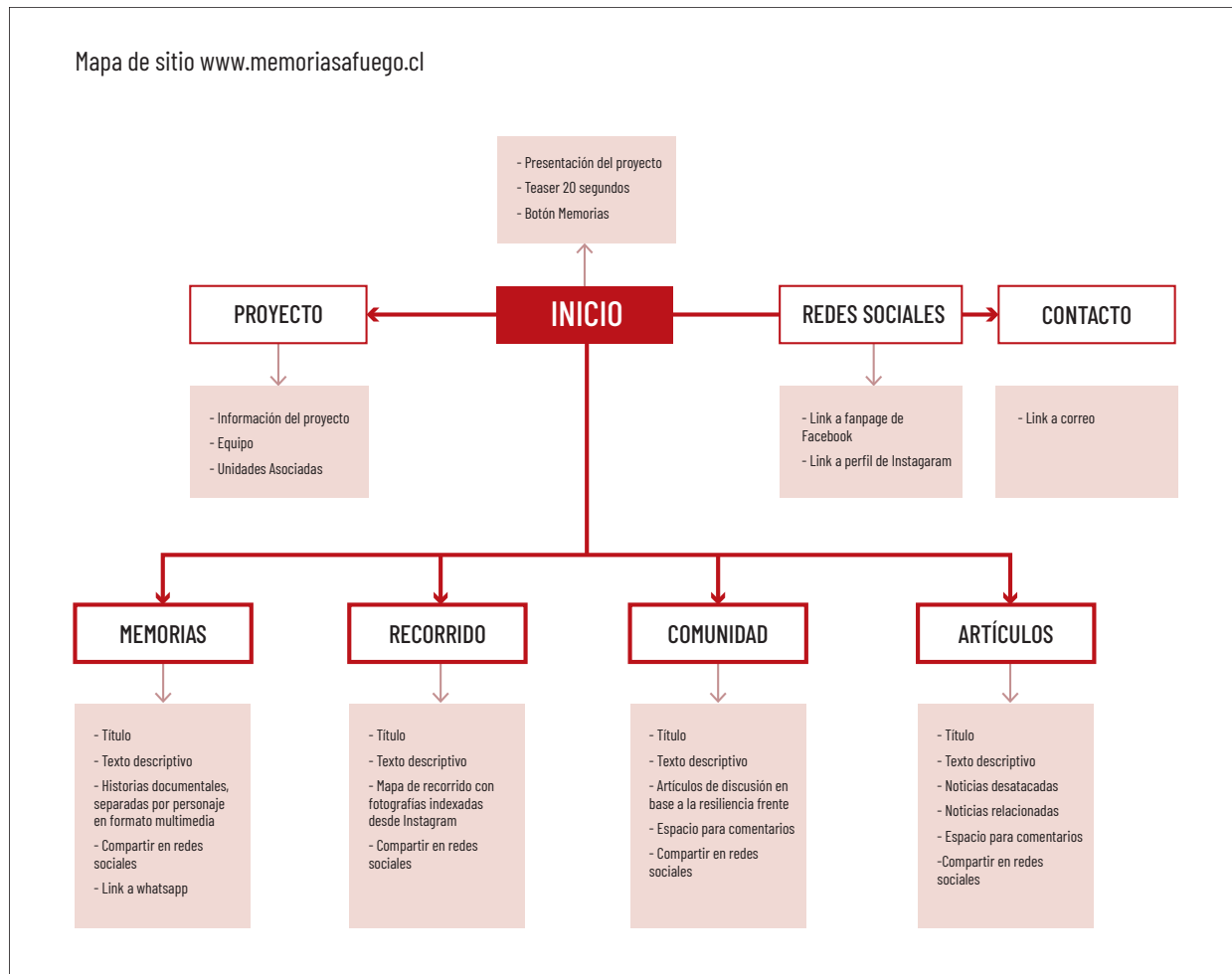
**Memorias
a Fuego**



**Memorias
a Fuego**

a. Sitio web:

Esta es la plataforma principal del proyecto, por ello requiere de mayor desarrollo tecnológico y visual, y debe contemplar los espacios para que los usuarios además de visualizar los contenidos participen de ellos.



Layouts sitio web

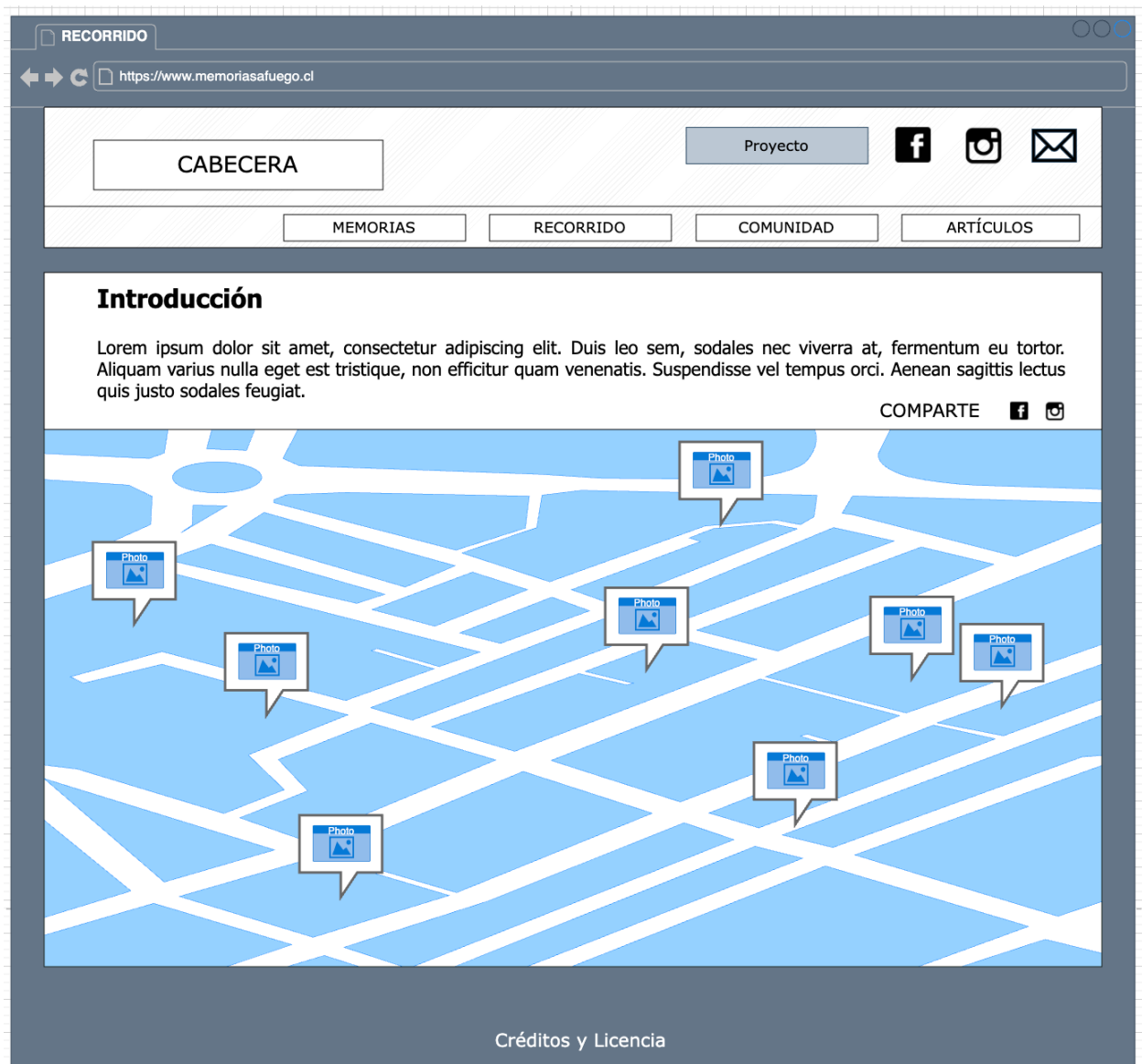
Wireframe Inicio



Wireframe Memoria




Wireframe Recorrido



Wireframe Comunidad

COMUNIDAD https://www.memoriasafuego.cl

CABECERA Proyecto   

MEMORIAS RECORRIDO COMUNIDAD ARTÍCULOS

Título de Blog publicado



Nombre del autor
Breve perfil de autor: Nombre del autor.
Fecha de publicación: agosto de 2020.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis leo sem, sodales nec viverra at, fermentum eu tortor. Aliquam varius nulla eget est tristique, non efficitur quam venenatis. Suspendisse vel tempus orci. Aenean sagittis lectus quis justo sodales feugiat. In felis nisi, fringilla tristique libero et, sodales semper nibh. Nulla facilisi. Cras massa purus, sollicitudin luctus cursus id, varius sit amet diam. Aliquam tristique accumsan quam sit amet congue. Proin lobortis accumsan lectus. Quisque imperdiet ipsum sapien, in ultrices mi sodales eu. Class aptent taciti sociosqu ad litora torquent per conubia nostra, per inceptos himenaeos.

Nulla facilisi. Maecenas aliquet condimentum lacus at finibus. Class aptent taciti sociosqu ad litora torquent per conubia nostra, per inceptos himenaeos. Nam vel eleifend ligula. Proin rutrum tortor turpis, eget vehicula nibh venenatis eu. Aenean non nibh aliquet, sodales ligula id, eleifend augue. Donec in est aliquet, feugiat urna ut, tincidunt est. Etiam luctus ornare massa, vel rutrum mauris pellentesque id. Quisque ullamcorper quam at leo hendrerit, ac interdum tortor sodales. Quisque ultrices lacus tellus, sit amet tincidunt sem venenatis sed. Lorem ipsum dolor sit.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis leo sem, sodales nec viverra at, fermentum eu tortor. Aliquam varius nulla eget est tristique, non efficitur quam venenatis. Suspendisse vel tempus orci. Aenean sagittis lectus quis justo sodales feugiat. In felis nisi, fringilla tristique libero et, sodales semper nibh. Nulla facilisi. Cras massa purus, sollicitudin luctus cursus id, varius sit amet diam. Aliquam tristique accumsan quam sit amet congue. Proin lobortis accumsan lectus. Quisque imperdiet ipsum sapien, in ultrices mi sodales eu. Class aptent taciti sociosqu ad litora torquent per conubia nostra, per inceptos himenaeos.

Nulla facilisi. Maecenas aliquet condimentum lacus at finibus. Class aptent taciti sociosqu ad litora torquent per conubia nostra, per inceptos himenaeos. Nam vel eleifend ligula. Proin rutrum tortor turpis, eget vehicula nibh venenatis eu. Aenean non nibh aliquet, sodales ligula id, eleifend augue. Donec in est aliquet, feugiat urna ut, tincidunt est. Etiam luctus ornare massa, vel rutrum mauris pellentesque id. Quisque ullamcorper quam at leo hendrerit, ac interdum tortor sodales. Quisque ultrices lacus tellus, sit amet tincidunt sem venenatis sed. Lorem ipsum dolor sit.

COMPARTIR    

Deja tu comentario



Comentarios anteriores



 **Nombre usuario**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis leo sem, sodales nec viverra at, fermentum eu tortor. Aliquam varius nulla eget est tristique, non efficitur quam venenatis. Suspendisse vel tempus orci. Aenean sagittis lectus quis justo sodales feugiat. In felis nisi, fringilla tristique libero et, sodales semper nibh. Nulla facilisi.

 **Nombre usuario**


Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis leo sem, sodales nec viverra at, fermentum eu tortor. Aliquam varius nulla eget est tristique, non efficitur quam venenatis. Suspendisse vel tempus orci. Aenean sagittis lectus quis justo sodales feugiat. In felis nisi, fringilla tristique libero et, sodales semper nibh. Nulla facilisi.


Blogs Anteriores

 **Heading** 

Lorem ipsum dolor sit amet elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

 **Heading** 


Lorem ipsum dolor sit amet elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

 **RRSS**




 @UsuarioRRSS - usuario@rrss.com
Fecha: agosto 2020, hora: 20:20

Erdum tortor @sodales. Quisque ultrices lacus tellus, sit amet tincidunt sem venenatis sed. Lorem ipsum dolor sit.

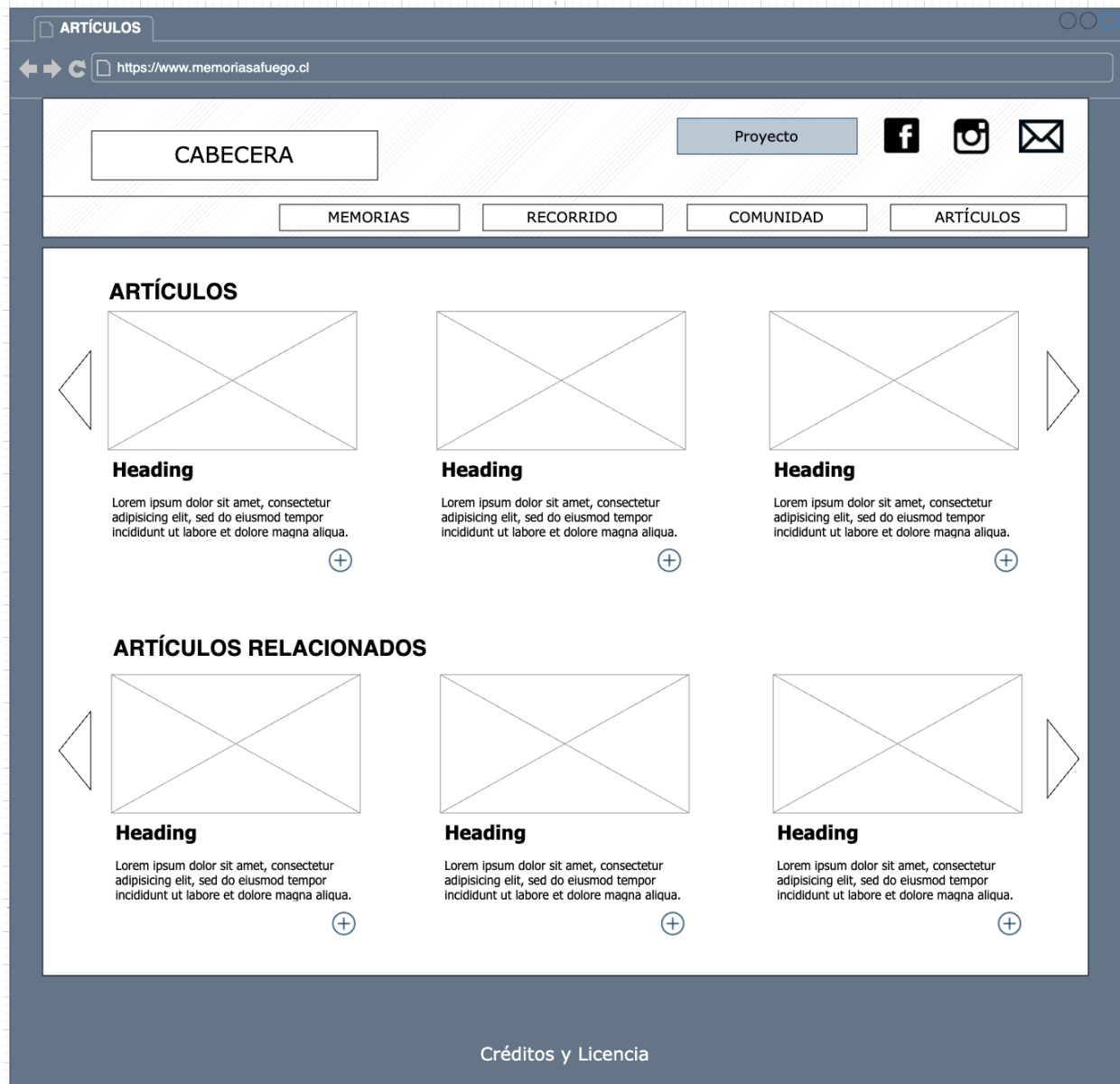
 @UsuarioRRSS - usuario@rrss.com
Fecha: agosto 2020, hora: 20:20

Erdum tortor @sodales. Quisque ultrices lacus tellus, sit amet tincidunt sem venenatis sed. Lorem ipsum dolor sit.

Créditos y Licencia

Wireframe Artículos



Look Memoria:

The screenshot shows a web browser window with the URL www.memoriasafuego.cl. The page features a red header with the logo and navigation menu. The main content area is divided into a left sidebar with a vertical list of numbers (01-08) and a right section with a large image of a destroyed town. The profile for Claudia Moreno is displayed in the left section, including placeholder text and a contact button. The right section contains a video player, an audio waveform, and an eye icon.

Memorias a Fuego

PROYECTO

Memorias Recorrido Comunidad Artículos

01

CLAUDIA MORENO

19 años

02 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

03

04 Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.

05

06 Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

07

08

↓

Queremos conocer tu historia

+56 912345678

b. Whatsapp:

Línea dedicada a la comunicación con ‘prosumers’ para la obtención de las historias que conformarán el relato transmedia publicado en el sitio web.

Permitirá un canal directo con los usuarios para la obtención de su relato en forma de texto, audio, imágenes y/o videos. De esta forma, se pretende la obtención de material para armar un relato multimedia.

En primera instancia se realiza un protocolo de saludo con la intención de empatizar con el prosumidor e inducir la conversación para la obtención de los recursos comunicacionales deseados.



c. Instagram:

Creación de cuenta de usuario Instagram @memoriasafuego para publicar contenidos referentes al proyecto y buscar seguidores que puedan aportar contenidos a través de sus propias publicaciones.

The image shows the Instagram profile page for the account @memoriasafuego. At the top, the Instagram logo is on the left, a search bar with the text "Busca" is in the center, and navigation icons for home, messages, create, explore, activity, and profile are on the right. The profile header features a red circular logo with a white flame and the text "Memorias a Fuego". To the right of the logo, the username "memoriasafuego" is displayed with a blue "Seguir" button, a dropdown arrow, and a three-dot menu. Below the header, the profile statistics are shown: "37 publicaciones", "3.230 seguidores", and "555 seguidos". The bio section identifies the account as a "Comunidad" and describes it as a space for memories of those affected by the 2014 fire in Valparaíso, with the website www.memoriasafuego.cl. Below the bio are four circular icons representing different content categories: "Testimonios" (a man's face), "Memoria" (a Chilean flag), "Territorio" (a landscape), and "Colabora" (a person working). At the bottom, there are four tabs: "PUBLICACIONES", "REELS", "VÍDEOS", and "ETIQUETADAS". The "PUBLICACIONES" tab is active, showing three posts: a woman holding a Chilean flag in front of a damaged building, a man standing next to a modern wooden house, and a person working on a wooden structure.

Publicación de Instagram realizada por el usuario @memoriasafuego con el objetivo de conseguir seguidores e inducirlos a conocer el desarrollo de las historias en la web. Además, se utilizará como recurso el uso de *hashtags* para ganar seguidores.



Publicaciones de Instagram realizadas por seguidores, que aporten fotografías georreferenciadas de los cambios en el sector afectado por el incendio y que posteriormente, mediante tecnología acorde sean indexadas al mapa desarrollado en el sitio web. De esta manera, se incentiva a las audiencias a aportar sus contenidos etiquetando al usuario @memoriasafuego, y transmedializar la narrativa.



d. Facebook:

The screenshot shows the Facebook profile page for 'Memorias a Fuego'. At the top, there is a search bar and navigation icons. The main header features a large aerial photograph of a heavily damaged town, likely Valparaíso, with many buildings reduced to rubble. Below the photo is the profile picture, a red circle with a white flame icon and the text 'Memorias a Fuego'. The name 'Memorias a Fuego' is displayed in bold, followed by the handle '@Memoriasafuego · Valparaíso' and a 'Contactarnos' button. Below the header, there are tabs for 'Inicio', 'Información', 'Fotos', and 'Más'. A 'Me gusta' button and a 'Mensaje' button are also visible. The 'Información' section on the left provides details about the page, including a description, the number of likes (9,653), and various contact links. The main content area shows a 'Crear publicación' button and a recent post from 'Memorias a fuego' dated 31 de diciembre de 2021, featuring a photo of a Chilean flag and a hillside.

Creación de *fanpage* con la finalidad de dar a conocer el proyecto y generar comunidad.

Publicaciones con mensajes que apelen a la emotividad, que reflejen los objetivos del proyecto y sean un llamado a conocerlo. Estas publicaciones estarán en estrecha relación con los relatos de los prosumidores, para que sirvan de enganche al sitio web. Además, se utilizará como recurso el uso de *hashtags* para enlazar a Instagram.

The screenshot shows a Facebook post from 'Universidad de Valparaíso - Chile' dated 15 de diciembre de 2022 at 18:43. The post text reads: 'Andrés vive en el cerro La Cruz, a casi 10 años de perder su casa en el megaincendio de Valparaíso, ha vivido un proceso de cambios que ha enfrentado con el apoyo de su familia. Conoce su testimonio. #MemoriasaFuego #Valparaíso #Resiliencia'. Below the text is a photograph of a young man, Andrés, wearing a yellow beanie and a light blue t-shirt, looking directly at the camera. The post includes a link to 'WWW.MEMORIASAFUEGO.CL' and the title 'Megaincendio en Valparaíso, a 10 años'. Interaction options like 'Me gusta', 'Comentar', and 'Compartir' are visible at the bottom.

e. Exposición:

Montaje con objetos rescatados del incendio y relato de hechos relevantes de sus dueños y dueñas en láminas descriptivas. Incluye el uso de códigos QR para vinculación con relatos alojados en la página web interactiva del proyecto.



9.5 Plan de financiamiento

El presente plan, tiene como objetivo principal costear la creación e implementación de la plataforma web, su respectiva difusión mediática en redes sociales y la producción de la muestra.

El proyecto propuesto como una iniciativa sin precedentes directos, pone en foco aumentar un trabajo de identidad y rescate de memoria de una localidad afectada por una catástrofe, para dar a conocer sus testimonios e invitar a la reflexión. La generación de este espacio de uso gratuito para sus usuarios busca generar alianzas con organizaciones para hacerlas partícipes de estas instancias, ya sea a través de actividades asociadas o de respaldo a la investigación psicosocial que pueda resultar del desarrollo del proyecto. Es por ello, que se pretende formalizar una alianza estratégica con la Universidad de Valparaíso, a través de la Fundación Parque El Litre, administrada por la Facultad de Ciencias Sociales, quien actuará como uno de los organismos profesionales intermediarios entre el público objetivo y la plataforma. Como intermediarios, la fundación se considera uno de los principales ejes estratégicos de difusión, que permitirá la facilitación y promoción de actividades que den cuenta del trabajo del proyecto y que sirvan de enlace con la comunidad de interés, ya que dentro de sus funciones propias realiza permanentemente actividades vinculantes con la población del sector (cerros La Cruz, El Litre, Las Cañas y Merced) y la comunidad educativa de la Carrera. Esta alianza, además, se refuerza con la intervención del Departamento de Medicina Narrativa de la Universidad de Valparaíso, que además de servir de promoción, ofrece respaldo y participación en la regulación de la efectividad de los procesos comunicativos del proyecto. Estas instancias cuentan con vías de financiamiento propias, que permitirán la postulación del proyecto a financiamientos internos de la Universidad de Valparaíso, relacionados a la Dirección de Investigación UV, como proyectos anillos CONICYT o núcleos Milenio. Además, la Universidad de Valparaíso, cuenta con personal calificado, que pueda aportar recursos humanos en la realización de ciertos procesos junto a espacios físicos para el montaje de la exposición. Debido a lo anterior, la rentabilidad de cada unidad debe ser medida en el conjunto del proyecto.

El proyecto debe contar con un equipo de trabajo encargado de la organización y gestión del plan estratégico y estará conformado por director/a, productor/a ejecutivo/a y arquitecto de la información. Las demás actividades de producción y ejecución estarán a cargo de profesionales convenidos para tal efecto.

Con este tipo de respaldo, además, se pueden generar nuevas alianzas estratégicas con otras instituciones que ofrezcan patrocinio o auspicio, como la Ilustre Municipalidad de Valparaíso, diario La Estrella de Valparaíso, entre otras, para reforzar las vías de financiamiento.

Además de lo anterior, algunos de los contenidos producidos en redes sociales, tendrán como objetivo crear un nombre o marca para introducirse en el mercado y crear una base sólida de fans,

más que un beneficio económico directo, lo que complementará el plan de financiamiento de difusión.

a. Pitch:

El proyecto “Memorias a fuego” propone generar un espacio de reflexión en torno al megaincendio ocurrido en la ciudad de Valparaíso el año 2014.

Hoy, a casi 10 años del hecho, se hace necesario recuperar estas memorias para aprender y generar recursos de estudio frente a situaciones traumáticas y cómo superarlas a través de la resiliencia.

Con el respaldo de la Fundación Parque El Litre de la Universidad de Valparaíso y sus profesionales a través de un sistema comunicacional que incluye plataforma web, redes sociales y una exposición abierta a la comunidad, crearemos espacios emocionales que vinculen a los usuarios con su entorno para la generación de identidad, rescatando las memorias de quienes se vieron involucrados en este hecho.

El desarrollo de este proyecto y su financiamiento permitirá la creación e implementación de un modelo comunicacional que podrá ser aplicado en otros casos de estudio y servirá como referente en la creación de nuevas estrategias de vinculación con la comunidad.

b. Presupuesto de gastos operativos:

El proyecto requiere financiamiento para las instancias detalladas a continuación:

- Recursos económicos para el diseño, implementación y puesta en marcha de la plataforma web, que incluya su resolución tecnológica, operativa, levantamiento a la red y honorarios profesionales de los encargados de su implementación y mantención.
- Recursos para la producción e implementación de la muestra física, su montaje inicial y publicidad.
- Difusión, convocatoria, promoción y publicidad digital general del proyecto.
- Honorarios para recursos humanos y personal profesional calificado, para la ejecución de los roles de mediadores, generadores de contenidos y profesionales del área de las comunicaciones y diseño, para la implementación del sitio web, la exposición y la administración de redes sociales (Facebook e Instagram).

El tiempo contemplado para su implementación inicial, alcanza los seis meses aproximadamente, con un valor estimado de \$17.000.000 (diecisiete millones de pesos), de los cuales, un 35% será destinado al desarrollo, funcionamiento y mantención de la plataforma web, un 25% a la producción de la muestra física y un 40% dedicado a su la difusión digital y manejo de redes sociales del proyecto.

c. Principales Fondos concursables para postular

Fondos de Cultura

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio – Chile

- Artes de la Visualidad – Fondart Nacional

Esta convocatoria tiene por objetivo el financiamiento total o parcial para proyectos de investigación, creación y producción, trayectoria, difusión, así como exposiciones, que contribuyan al desarrollo del ámbito disciplinario en que se inscriben.

Modalidad de Investigación:

Entrega financiamiento total o parcial a proyectos de investigación que fomenten el estudio, análisis e investigación en torno al rescate y puesta en valor patrimonial de colecciones tanto públicas como privadas, así como archivos de los ámbitos de las artes de la visualidad; a proyectos que fortalezcan la investigación en torno a la reflexión disciplinar de las artes de la visualidad y el desarrollo del pensamiento crítico desde el ámbito del análisis histórico, teórico, estético, técnico, entre otros. Además de proyectos de investigación sobre los efectos de la actual pandemia en las disciplinas que financia esta línea.

Abarca entre otras materias, ámbitos vinculados a la investigación, historia, teoría, crítica, archivística, rescate histórico y/o patrimonial, documentación, técnicas, catalogación, inventariado, conservación, museografía y catalogación.

Esta modalidad exige autorización de difusión por parte del Ministerio de al menos un resumen y un texto que dé cuenta de la investigación (2 carillas), como aporte a la transferencia de conocimiento.

Monto máximo por proyecto: \$15.000.000

- Culturas Regionales – Fondart Regional

Esta convocatoria tiene por objetivo el financiamiento total o parcial para proyectos con alcance e impacto en la comunidad a la que se dirigen y en el territorio en el que se inscriben, fomentando aspectos culturales específicos de la región a la cual postula.

Modalidad de Identidad Regional de Valparaíso:

Entrega financiamiento total o parcial para proyectos que involucren la creación y difusión de obras que contengan elementos identitarios y su relación con los territorios. Estos elementos pueden ser culturales, geográficos y/o sociales, expresados a través de ámbitos como artes visuales, folklore, diseño, artesanía, fotografía arquitectura, nuevos medios pueblos originarios y turismo cultural.

Monto máximo por proyecto: \$ 5.000.000

- Cultura Tradicional y Popular – Fondart Regional

Esta convocatoria tiene por objetivo el financiamiento total o parcial para proyectos que aporten a la puesta en valor, promoción y fomento del arte popular o de las culturas tradicionales de Chile, en los ámbitos o disciplinas artísticas que financia Fondart (Artes visuales, fotografía, nuevos medios, arquitectura, diseño, artesanía, folclor, pueblos originarios, gestión cultural (sólo en ámbitos de Fondart) y turismo cultural. Se pueden postular proyectos de creación y producción (o solo producción), investigación y difusión que tengan alcance e impacto en la comunidad a la que se dirigen y en el territorio en el que se inscriben.

La investigación debe considerar particularmente el reconocimiento a la importancia de los cultores y/o a la recopilación del arte popular o de las culturas tradicionales, puede ser teórica y práctica considerando una adecuada difusión (se podrán abarcar, entre otras materias, ámbitos vinculados a la historia, teoría, crítica, curaduría, archivística, rescate histórico y/o patrimonial, entre otros).

Monto máximo por proyecto: \$ 10.000.000

- Producción Audiovisual de Otros Formatos - Fondo Audiovisual

Esta convocatoria tiene por objetivo el financiamiento total o parcial para proyectos de otros formatos del audiovisual.

Modalidad Audiovisual interactivo o experimental:

Financiamiento total o parcial para proyectos audiovisuales, tanto interactivos como no interactivos, que se caracterizan por contar con elementos relevantes de innovación y/o experimentación, sea en cuanto a sus técnicas narrativas, sus formas de expresión, sus mecánicas de conexión e interacción con su audiencia, ya sea en particular o en general, su formato, su género, u otros elementos centrales del proyecto. Esto, mediante una nueva aplicación de técnicas o herramientas ya existentes, o a través de la aplicación de nuevas técnicas, tecnologías, plataformas, herramientas y/o métodos que representen una innovación respecto del estado actual del arte y la industria audiovisual.

Monto máximo por proyecto: \$26.250.000

Servicio Nacional del Patrimonio Cultural

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio – Chile

- Fondo del Patrimonio Cultural SNPC

Financiamiento destinado a beneficiar el patrimonio cultural de la nación en todas sus formas.

Modalidad Material didáctico sobre patrimonio cultural para la educación formal y no formal.

Monto máximo por proyecto: \$15.000.000

Ilustre Municipalidad de Valparaíso

- Fondo de iniciativas culturales de Valparaíso (FICVAL)

Propiciar el desarrollo cultural de la comunidad de Valparaíso, impulsando propuestas comunitarias locales que fomenten la participación, la creatividad, la formación artística y el trabajo cooperativo entre los actores culturales locales.

Categoría iniciativas emergentes: nuevas iniciativas artísticas y/o culturales, sin versiones anteriores, o con trayectoria menor a 5 años.

Monto máximo por proyecto: \$ 2.000.000

(Cofinanciamiento obligatorio de 3 % en aporte en efectivo o recursos humanos)

Junto a estas alternativas, además, se pueden buscar vías de financiamiento independientes con instituciones locales públicas o privadas y empresas interesadas en la participación de proyectos de responsabilidad social, o a través de crowdfunding.

Por otra parte, como el proyecto está compuesto por distintas instancias, este financiamiento se puede realizar en forma separada por cada una de ellas y de esta manera lograr un financiamiento total.

9.6 Implementación y control

Carta Gantt:

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6							
		Semanas				Semanas				Semanas				Semanas				Semanas				Semanas							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
PLANIFICACIÓN GENERAL																													
Elaboración de acta	directorio																												
Definición de directrices	directorio																												
Reuniones con interesados	directorio																												
PRODUCCIÓN																													
Sitio web																													
Obtención de relatos	psicólogo/periodista																												
Elaboración/revision de contenidos	periodista																												
Diseño propuesta	diseñador																												
Construcción	programador/diseñador																												
Publicación sitio	web master																												
Evaluación funcional del sitio	web master																												
Evaluación métricas del sitio	web master																												
Exposición																													
Obtención de relatos y objetos	psicólogo/periodista																												
Elaboración de contenidos	periodista																												
Diseño propuesta	diseñador																												
Construcción expositores	diseñador																												
Construcción paneles	diseñador																												
Montaje	diseñador																												
Evaluación	periodista																												
DIFUSIÓN																													
Facebook																													
Creación Fanpage	community manager																												
Elaboración de gráficas	diseñador																												
Elaboración de contenidos	periodista/psicólogo																												
Publicaciones	Community manager																												
Evaluación métricas fanpage	Community manager																												
Instagram																													
Creación Perfil	community manager																												
Elaboración de gráficas	diseñador																												
Elaboración de contenidos	periodista/psicólogo																												
Publicaciones	community manager																												
Revisión fotografías usuarios	periodista																												
Evaluación métricas fanpage	community manager																												
Difusión digital de pago																													
Facebook Ads	community manager																												
Instagram Ads	community manager																												
Whatsapp	community manager																												
Mailing	community manager																												
CONTROL																													
Revisión general procesos	directorio																												



Reunión y/o entrega de informes al directorio para evaluación del proceso

El equipo de trabajo estará conformado por:

- Directorio
 - Director/a
 - Productor/a Ejecutivo/a
 - Arquitecto/a de la Información

Quiénes serán los responsables del proyecto y estarán a cargo de la coordinación de los procesos, su revisión y evaluación, y de la toma de medidas estratégicas en mejora de su desarrollo, si así lo requiere el sistema.

Por otra parte, se requiere los servicios de profesionales y técnicos a cargo de la ejecución del proyecto, de la producción de las piezas y del mantenimiento del sistema. Entre ellos se cuenta periodista, psicólogo/a, diseñador/a, programador web y community manager, como personal mínimo para la ejecución del proyecto.

Las publicaciones realizadas en redes sociales se realizarán una vez al día, entre las 13:00 y 15:00 horas en el caso de Facebook y su periodicidad se evaluará de acuerdo con los resultados que se deriven de los KPI analizados con respecto a los seguidores, engagement de publicaciones, reacciones, alcance y reacciones negativas, que realizará el community manager. Para Instagram las publicaciones se realizarán tres veces a la semana, junto a dos historias diarias, entre las 19:00 y 21:00 horas, y también se evaluará su periodicidad de acuerdo con los KPI de engagement, número de seguidores, impresiones y hashtags.

Para la evaluación de tráfico, visitantes recurrentes, ubicación de visitantes, entre otros análisis para el sitio web, se utilizará Google Analytics, herramienta que servirá para recolectar información y mejorar algunos aspectos en el caso que sea necesario, para reforzar los elementos de acción de marketing digital y posicionamiento web.

En el caso de la campaña de difusión a través de whatsapp y mailing, se utilizará la base de datos de la Universidad de Valparaíso, seleccionando al público objetivo entre su lista.

BIBLIOGRAFÍA

- Accenture (2021). *El Avance de la Economía Digital En Chile. Optimizando las capacidades digitales para multiplicar el crecimiento*.
https://www.accenture.com/t00010101T000000Z__w__/_cl-es/_acnmedia/PDF-71/Accenture-Digital-Index-Chile.pdf
- Amador, J. (2013). Aprendizaje transmedia en la era de la convergencia cultural interactiva. *Revista Educación y Ciudad. Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico, IDEP*, (25), 11-24.
- Barbosa, M. (2001). Medios de comunicación y conmemoraciones. Estrategias de reactualización y construcción de la memoria. *Revista Signo y Pensamiento, Pontificia Universidad Javeriana Bogotá, Colombia. Vol. XX, (39)*, 104-112.
- Brickman, P; Coates, D. y Janoff B. (1978). Lottery winners and accident victims: Is happiness relative?. *Journal of Personality and Social Psychology. Vol. 36, (8)*, 917-927.
- Cajal, M. (20 de octubre de 2020). *Tipos de generaciones: características y cómo se comportan online*. <https://www.mabelcajal.com/2020/10/tipos-de-generaciones.html>
- Catell, M. y Climo, J. (2002). *Meaning in Social Memory and History: Anthropological Perspectives*. California: AltaMira Press.
- Cyrulnik, B. (2001). *La maravilla del dolor: El sentido de la resiliencia*. España: Ediciones Juan Granica.
- Díaz, L. (2013). *Narración y memoria: anotaciones para una antropología de la catástrofe*. España: UNED – Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Erll, A. (2012). *Memoria Colectiva y Culturas del Recuerdo, Estudio Introductorio*. Colombia: Ediciones Uniandes. <http://dx.doi.org/10.7440/2012.61>
- Fentress, J. y Wickham, C. (2003). *Memoria Social*. España: Ediciones Cátedra (Grupo Anaya S. A.)
- Ferrés, J. (2008). *La educación como industria del deseo. Un nuevo estilo comunicativo*. Barcelona: Editorial Gedisa.

- Fundación País Digital (2020). *Brecha en el uso de internet. Desigualdad digital en el 2020*. <https://paisdigital.org/brecha-en-el-uso-de-internet-2020>
- Halbwachs, M. (2005). Memoria individual y memoria colectiva. *Estudios: Centro d Estudios Avanzados*, (16), 163-187. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5364812>
- Huyssen, A. (2002). *En busca del futuro perdido: Cultura y memoria en tiempos de globalización*. México: Fondo de Cultura Económica.
- ICR Chile (2 de septiembre de 2020). *Análisis del impacto del Covid-19 en la industria tecnológica*. <https://www.icrchile.cl/index.php/corporaciones/sonda-s-a-2/otra-informacion-49/4363-pese-a-crisis-sanitaria-y-recortes-presupuestarios-las-perspectivas-para-el-sector-ti-se-mantienen-estables/file>
- Isava, L. (2005). Derridianas: Reflexiones (y Refracciones). *Estudios: Revista de investigaciones literarias y culturales*, (25), 387-415.
- Jenkins, H. (15 de enero de 2003). *Transmedia Storytelling: Moving Characters from Books to Films to Video Games Can Make Them Stronger and More Compelling*. MIT Technology Review. <https://www.technologyreview.com/2003/01/15/234540/transmedia-storytelling/>
- Jenkins, H (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. Nueva York: NYU Press.
- Kotler, P. Kartajaya, H. Setiawan, I. (2018). *Marketing 4.0: Transforma tu estrategia para atraer al consumidor digital*. España: Lid Editorial.
- Latour, B. (2005). *Reensamblar lo social. Una introducción a la teoría del actor-Red*. Buenos Aires: Editorial Manantial.
- Levy, P. (2004). *Inteligencia Colectiva, Por una Antropología del Ciberespacio*. Traducción a partir del original francés *L'Intelligence collective. Pour une anthropologie du cyberspace*, Editeur: La Découverte (Essais), ISBN :2707126934, realizada por el Centro Nacional de Información de Ciencias Médicas (INFOMED), a cargo de Felino Martínez Álvarez, Facultad de Lenguas Extranjeras, Universidad de la Habana. http://www.fergut.com/pdfs/inteligencia_colectiva.pdf
- Lastra, A. (2016): El poder del prosumidor. Identificación de sus necesidades y repercusión en la producción audiovisual transmedia. *Revista ICONO 14*, (14), 71-94. <https://doi.org/10.7195/ri14.v14i1.902>

- Marcus, G. E., Neuman, W. R., y MacKuen, M. B. (2000). *Affective intelligence and political judgment*. Chicago: University of Chicago Press.
- McLuhan, M. (2015). *La Aldea Global*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Menéndez, F. (2021) Trauma, vulnerabilidad y resiliencia. La patologización de los sucesos “traumáticos” de la vida. *Revista Norte de salud mental*. Vol. XVII, (64), 39-46.
- Molina, N. (2010). Reconstrucción de memoria en historias de vida. Efectos políticos y terapéuticos. *Revista de Estudios Sociales*, (36), 64-75. <https://doi.org/10.7440/res36.2010.06>
- Olick, J. (1998). Memoria colectiva y diferenciación cronológica: historicidad y ámbito público. *Revista Ayer*, (32), 119-146.
- Orozco, G. (2010). Entre pantallas: nuevos roles comunicativos y educativos de los ciudadanos. *En Roberto Aparici (comp.). Educomunicación: más allá del 2.0*, 267-280. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Postman, N. (2012). *Divertirse hasta morir: El Discurso Público en la era del “show business”*. Barcelona: Ediciones La Tempestad.
- Raines, C. (2003). *Managing millennials. Connecting generations: The sourcebook for a new workplace*. Seattle: Crisp Publications.
- Ramírez, C. (2008). Trauma, memoria y olvido en un espacio ficcional. Una lectura a Estrella Distante. *Atenea*, (497), 37-50. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-04622008000100004>
- Sanhueza, D. y Abarca, G. (28 de abril de 2014). *El incendio en Valparaíso y la “salud mental”: qué se quema cuando se quema todo*. CIPER Chile.
<https://www.ciperchile.cl/2014/04/28/el-incendio-en-valparaiso-y-la-%E2%80%9Csalud-mental%E2%80%9D-que-se-quema-cuando-se-quema-todo/>
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.
- Solnit, R. (2020). *Un paraíso en el infierno*. Madrid: Capitán Swing.

- Todorov, T. (2000). *Los abusos de la memoria*. Barcelona: Paidós.
- Vélez, P. (2007). La Resiliencia: Nuevo Abordaje del Trauma. *Revista Ciencia y Cuidado, Universidad Francisco de Paula Santander*. Vol. 4, (4), 59-62.
- Vera, B; Carbelo, B. y Vecina, M. (2006). La experiencia traumática desde la psicología positiva: resiliencia y crecimiento postraumático. *Papeles del Psicólogo*. Vol 27, (1), 40-49.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=77827106>
- Vezzetti, H. (1998). Variaciones sobre la memoria. *Revista de Crítica Cultural*, (17), 8-13.
- Warnock, M. (1987). *Memory. Biografía y Autobiografía*. Publicaciones Faber & Faber.