

PROPUESTA DE UN MODELO DE COMUNICACIÓN DIGITAL BASADO EN  
MEDIOS SOCIALES DIGITALES PARA LA RECUPERACIÓN DE LA  
MEMORIA HISTÓRICA: CASO CANAL REGIONAL TELEPACÍFICO

AURA MARIA VARGAS RAMOS

Trabajo de grado para optar al título de magister en Comunicación Digital

Asesor

JORGE MAURICIO ESCOBAR SARRIA

Doctor en Información y Documentación

Comunicador Social

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES

MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN DIGITAL

MEDELLÍN

2015

"Declaro que esta tesis (o trabajo de grado) no ha sido presentada para optar a un título, ya sea en igual forma o con variaciones, en esta o cualquier otra universidad". Art. 82 Régimen Discente de Formación Avanzada, Universidad Pontificia Bolivariana.

A handwritten signature in brown ink, appearing to read 'Aura M. Vargas Ramos', written in a cursive style.

Aura María Vargas Ramos

## TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN .....	6
2. OBJETIVOS .....	8
2.1. Objetivo general .....	8
2.2. Objetivos específicos.....	8
3. MARCO REFERENCIAL .....	9
3.1. ESTADO DEL ARTE .....	9
3.1.1. Los medios de comunicación, las conmemoraciones, la memoria histórica y el trabajo colaborativo. ....	9
3.1.2. La memoria histórica y su digitalización en el contexto nacional y local .....	17
3.2. MARCO CONTEXTUAL .....	26
3.3. MARCO CONCEPTUAL.....	30
3.3.1. ¿Qué es la memoria histórica? .....	30
3.3.2. Sobre el trabajo colaborativo y la inteligencia colectiva.....	34
3.3.3. La comunicación digital y los medios sociales digitales .....	39
4. METODOLOGÍA.....	46
4.1. La investigación en la comunicación digital .....	46
4.2. Descripción del enfoque, técnicas e instrumentos.....	47
4.2.1. Análisis de fuentes documentales .....	54
4.2.2. Etnografía virtual .....	54
4.2.3. Entrevistas.....	56
5. RESULTADOS .....	57
5.1. Memoria histórica y su recuperación en espacios digitales mediante trabajo colaborativo .....	57
5.2. Caracterización y uso de los medios sociales digitales empleados por Telepacífico.....	68

5.3. Potencialidades de los medios sociales digitales en la recuperación de la memoria histórica .....	78
5.4. Propuesta de un modelo de comunicación digital para la recuperación de la memoria histórica del canal regional Telepacífico ...	84
5.4.1. Fase 1. Constitución de la comunidad de seguidores y establecimiento de las dinámicas de participación.....	86
5.4.2. Fase 2. Narración colaborativa de la memoria histórica de Telepacífico.....	89
5.4.3. Fase 3. Curaduría de contenidos y cohesión de relatos.....	92
6. CONCLUSIONES.....	98
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	101
ANEXOS.....	109
Anexo 1. Guía de entrevista estructurada vía correo electrónico .....	109
Anexo 2. Guía de entrevista semiestructurada.....	112
Anexo 3. Guía de entrevista semiestructurada vía Internet: Skype.....	126
Anexo 4. Guía de sistematización de experiencias de recuperación memoria histórica en medios sociales digitales.....	148
Anexo 5. Guía de sistematización de medios sociales digitales del canal regional Telepacífico.....	156
Anexo 6. Guía de sistematización de experiencias de recuperación memoria histórica en canales de televisión (contexto nacional).....	161
Anexo 7. Guía de entrevista semiestructurada a historiador .....	187
Anexo 8. Guía de entrevista semiestructurada a community manager de Telepacífico .....	193
Anexo 9. Fichas sobre investigaciones o experiencias acerca de la historia de los canales regionales colombianos .....	197

## RESUMEN

El documento aquí presentado, es el resultado de una aproximación a un modelo de comunicación digital para la recuperación de la memoria histórica por medio de la web social, apelando a sus características para el trabajo colaborativo y la gestión de conocimiento. Los elementos conceptuales y metodológicos desarrollados, ofrecen reflexiones acerca de la apropiación de la Internet, como tecnología propiciadora para el encuentro de la memoria individual alrededor de la historia, en este caso la del canal regional Telepacífico.

La revisión de experiencias significativas desarrolladas en ambientes virtuales, especialmente con medios sociales digitales como Facebook, Twitter o Youtube y las entrevistas con expertos, indicaron las enormes posibilidades que este tipo de recursos Web ofrecen para narrar de forma colaborativa hechos históricos que rememoran la historia individual y colectiva de personas y grupos que por lo general no son incluidos en iniciativas conmemorativas, en especial las relacionadas con la historia de la televisión. Por tal motivo, la propuesta de un sistema conformado con medios sociales digitales en los que se integren estrategias para el trabajo colaborativo, la inteligencia colectiva y la gestión de conocimiento, otorga desde la comunicación digital, formas de narración participativa, en las que texto, imagen y sonido conforman nuevas voces para los relatos históricos tradicionales.

**PALABRAS CLAVE:** memoria histórica, comunicación digital, redes sociales, medios sociales digitales, televisión, trabajo colaborativo, inteligencia colectiva.

## 1. INTRODUCCIÓN

La historia de la comunicación y en este caso de la televisión regional del suroccidente colombiano, no es ajena a las dinámicas de narración sesgada y poco participativas, su historia es contada de arriba hacia abajo, es decir, desde la institución y la investigación formal, con algunos acercamientos desde lo conmemorativo a los ciudadanos o al televidente y sus memorias. Telepacífico es un canal de televisión regional que desde el año 1988 ofrece diversos contenidos audiovisuales, sin embargo, a lo largo de los 27 años del canal, la recuperación de este material y la recuperación de su historia, como patrimonio cultural de la región, ha presentado algunas dificultades.

Como patrimonio, la televisión regional cumple un rol importante. Las manifestaciones culturales, las costumbres o hábitos, las características territoriales y de identidad, así como la historia misma, son presentadas, representadas y reconocidas en la producción audiovisual televisiva. Por lo tanto, recuperar la memoria histórica de los canales regionales es una forma de contribuir a la recuperación de ese patrimonio, tanto regional como nacional.

Sin embargo, para el caso de Telepacífico, que cuenta con una importantísima videoteca con material audiovisual que narra en miles de minutos la identidad de una región en sus aspectos culturales, políticos y sociales, existe la necesidad de involucrar diferentes actores que bajo el trabajo colaborativo y la inteligencia colectiva, permitan reconstruir desde distintos frentes y voces, la historia del canal y su repercusión en el suroccidente colombiano.

En ese sentido, se plantea desde la comunicación digital, una propuesta de modelo que permita recuperar parte de la memoria histórica del canal,

indagando el contexto histórico e investigativo previo, la participación de los medios sociales digitales en la conformación de comunidades de usuarios y las experiencias relacionadas con la historia de la televisión y la construcción colaborativa de esta forma de memoria. Para ello, se tuvo como pregunta problema ¿cómo diseñar un modelo de comunicación digital para la recuperación colaborativa de la memoria histórica: caso canal regional Telepacífico?

Derivado del impacto de las Tecnologías de la Información y Comunicación en la construcción colaborativa del conocimiento, en especial con medios sociales digitales como Facebook, Twitter o Youtube, se indagó además para la propuesta de las estrategias comunicativas ¿cuáles son las principales características que debe tener un modelo de trabajo colaborativo en medios sociales digitales para la recuperación de memoria histórica? y ¿cuáles son las potencialidades de los medios sociales digitales para la recuperación de la memoria histórica?.

## 2. OBJETIVOS

### 2.1. Objetivo general

- Diseñar un modelo de comunicación digital para la recuperación colaborativa de la memoria histórica: caso canal regional Telepacífico.

### 2.2. Objetivos específicos

- Describir las características del modelo de trabajo colaborativo en medios sociales digitales para la recuperación de memoria histórica.
- Identificar las potencialidades de los medios sociales digitales para la recuperación de la memoria histórica.

### 3. MARCO REFERENCIAL

#### 3.1. ESTADO DEL ARTE

##### 3.1.1. Los medios de comunicación, las conmemoraciones, la memoria histórica y el trabajo colaborativo.

La prensa online emplea las redes sociales y microbloggings como espacios configurados para la opinión de sus lectores, pero estos medios sociales digitales transitaron a un rol más activo, colaborativo y constructivo para la memoria histórica tanto en hechos conmemorativos como en proyectos para la recuperación del patrimonio cultural.

Recurrir a los usuarios y a sus historias individuales, ha sido objeto de varias experiencias desarrolladas principalmente por medios de comunicación, como la prensa online. Entre los hallazgos más importantes se encuentra el de Sánchez-González y Alonso (2012) con un estudio exploratorio en catorce cibermedios<sup>1</sup> españoles sobre la participación de sus lectores en la Web 2.0<sup>2</sup>. Los investigadores clasificaron la participación de estos usuarios en los medios digitales, en tres tipos de herramientas, cada una de ellas a su vez, con un conjunto de posibilidades de interacción:

- Herramientas para la expresión-comunicación, tanto las orientadas a la comunicación directa con el medio para el envío de ideas, informaciones u opiniones como las que fomentan las relaciones personales y de comunidad.

---

<sup>1</sup> El concepto cibermedio es una de las denominaciones empleada para referirse a los periódicos en soporte digital, también se usan conceptos como diario digital, periódico electrónico, ciberperiódico, entre otros más (Rost, 2006).

<sup>2</sup> Web 2.0 es un concepto empleado por primera vez por O'Reilly en el 2005, y hace referencia al intercambio de conocimientos o una "arquitectura de la participación" en la web (Cobo, 2005).

- Herramientas enfocadas para la generación de contenidos por el propio usuario.
- Herramientas para la difusión y recomendación de contenidos.

En cuanto a la taxonomía referente a la producción informativa, Sánchez-González y Alonso resaltan que en la mayoría de los cibermedios observados, “el nivel de participación es inexistente y la mayoría se sitúa como se ha visto en un nivel medio –gracias, fundamentalmente, en su caso, a la inclusión de las citadas barras de participación y los sistemas de comentarios y valoración asociados a las noticias” (2012, p. 25). A pesar de que se diseñen estos modelos de trabajo colaborativo, se evidencia la necesidad de generar “el espíritu de la cultura participativa” (Ferrés y Piscitelli, 2012, p. 79) que cualquier propuesta de acercamiento a medios debería tener .

Por otro lado, Barbosa (2001) en su investigación sobre la relación que hay entre los procesos conmemorativos y los medios de comunicación, el poder y la memoria, caso Brasil, 500 años del descubrimiento de la nación, concluye que “conocer la historia, incluso esa historia particular construida en el presente, significa inscribirse en el territorio, participar de esa instauración. El territorio también pasa a ser transformado en el presente gracias a la acción mediática que convoca al público a participar, aunque ilusoriamente, de esta construcción” (Barbosa, 2001, p. 112). Los medios de comunicación juegan un papel importante en la memoria de la sociedad, puesto que pueden crear la relación entre el presente y el pasado proporcionada por la conciencia histórica, sin embargo, los medios trabajan sobre lo inmediato desde la simultaneidad y la instantaneidad propia de las tecnologías audiovisuales y las digitales, por lo que esta función se desvirtúa:

Los medios están contribuyendo a un debilitamiento del pasado, de la conciencia histórica, pues sus modos de referirse al pasado, a la historia, es casi siempre descontextualizada, reduciendo el pasado a una cita, que no es más que un adorno para colorear el presente con lo que alguien ha llamado "las modas de la nostalgia". (Martín-Barbero, 2001, p. 2).

Sin embargo, los medios sociales digitales poseen características que permiten reivindicar a los medios de comunicación en la construcción de memoria, es así como se encuentran experiencias investigativas, cuyos resultados muestran un buen panorama. En la investigación *Espacios de participación para la construcción de la memoria colectiva en la prensa digital española* de Molina Rodríguez-Navas (2012), se realizó un estudio con seis medios españoles que se han caracterizado por crear estrategias de recuperación de memoria histórica, principalmente con espacios digitales habilitados para que los lectores produjeran de manera colaborativa, documentos memorialistas por medio del aporte de testimonios personales, textos, fotografías o cualquier tipo de documento.

Este análisis se hizo desde la concepción social y colaborativa que posee la Web 2.0 como espacio que facilita la construcción de conocimiento y hace posibles nuevas oportunidades de inteligencia colectiva. Para ello, Molina Rodríguez-Navas (2012) planteó tres criterios de análisis: propuestas y objetivos de los medios; formas de interacción y de participación que ofrecen; resultados obtenidos en cuanto a la participación y cumplimiento de objetivos. Se concluye que a pesar de los esfuerzos de la prensa digital española, aún no hay estrategias generalizadas, y además no siempre se alcanzan los resultados esperados. Sin embargo, algunos casos de éxito

como el *Museo Virtual de Viejas Fotos*<sup>3</sup> del portal 20 Minutos y *Fem Memòria*<sup>4</sup> del portal El Periódico, demostraron que se pudo lograr una gran respuesta e implicación de los usuarios y en general el autor destaca la necesidad existente de nuevos paradigmas para la construcción del conocimiento que los diarios españoles deben examinar a partir de las oportunidades de la Web 2.0 para la construcción colaborativa del conocimiento.

Ahora bien, Molina Rodríguez-Navas (2012) destaca además, que el trabajo colaborativo a través de Internet, específicamente Web 2.0 y medios sociales digitales, es una estrategia efectiva con la que los medios de comunicación y los usuarios construyen de manera individual y colectiva el conocimiento, aprovechando las características de interactividad propias de estos espacios digitales.

Los cibermedios emplean mecanismos de participación que promueven la interactividad comunicativa de los usuarios, permitiéndoles a estos no solo recibir información, sino además, cambiar su rol por medio de la realización de nuevos aportes al contenido (Sánchez-González y Alonso, 2012). En el caso de los periódicos digitales, por ejemplo, la tesis doctoral de Rost (2006) analiza las posibilidades de participación del usuario/lector en este tipo de medio, encontrando que:

---

<sup>3</sup> El museo virtual de viejas fotos [www.20minutos.es/museo-virtual](http://www.20minutos.es/museo-virtual), fue creado por el portal 20 Minutos de España y tuvo como objetivo recoger fotografías tomadas hasta antes del año 1975. Los usuarios pueden enviar fotografías, comentar, votar y generar seguimientos al contenido (Molina Rodríguez-Navas, 2012).

<sup>4</sup> La iniciativa del portal [elperiodico.com](http://elperiodico.com) de Cataluña inició como campaña para recolectar a través de lectores y particulares, fotografías pertenecientes a los años de la guerra civil (Abella, 2010).

- Los cibermedios deben emplear una retórica que capte y mantenga la atención del usuario, cada vez más movedizo; así como motivarlo a participar en el discurso público.
- El usuario debe tener competencias tecnológicas y comunicativas para hallar y comprender la información significativa y para tener las posibilidades de crear y difundir contenido propio.
- Se propone la definición de interactividad como “la capacidad gradual y variable que tiene un medio de comunicación de darle un mayor poder a sus lectores/usuarios en la construcción de la actualidad, ofreciéndole tanto posibilidades de selección de contenidos (interactividad selectiva) como de expresión y comunicación (interactividad comunicativa)” (Rost, 2006, p. 408).
- Los cibermedios deben permitir que los usuarios/lectores construyan contenido y darle visibilidad a los espacios de actuación donde esto ocurra.

Resulta importante en un modelo de comunicación para la recuperación de la memoria histórica, determinar una taxonomía con mecanismos para la expresión, generación y difusión de contenidos por parte de los usuarios. Basados en investigaciones sobre la participación en cibermedios, Sánchez-González y Alonso (2012), agrupan (ver Tabla 1) de acuerdo con los tipos de usos, una serie de herramientas enfocadas en estas tres fases:

Tabla 1. Tipos de herramientas y sus usos para la participación en medios digitales.

Fase de producción de contenidos	Herramientas para la expresión y comunicación (valoración, comentario, debate...)	Correos electrónicos o formularios de contacto
		Foros de discusión
		Comentarios a las noticias a cargo del medio
		Chats entre lectores
		Cartas de lectores y cartas al editor online
		Consultorios a expertos
		Encuestas
		Listas de usuarios
		Votación de noticias
		Corregir/rectificar noticias
		Comentarios en secciones multimedia (videos, fotos...) a cargo del medio
		Comentarios u otros mecanismos de interacción comunicativa en blogs periodísticos
		Mecanismos de expresión y comunicación en redes sociales y otros canales externos al medio
		Comentarios u otros mecanismos de interacción comunicativa (puntuar, valorar...) sobre contenidos publicados por otros usuarios
Herramientas para la generación de contenidos por los usuarios	Entrevistas en línea	
	Invitaciones a enviar pistas o ideas de historias (del tipo "Cuéntanos tu historia")	
	Invitaciones a enviar fotos, videos o audio	
	Invitaciones a visitar/participar en redes sociales	
	Espacio cedido al usuario para publicar en blogs	
	Secciones o apartados del tipo "Yo periodista"	
Fase de distribución (y recepción)	Herramientas para la difusión, recomendación y recuperación de contenidos	Compartir/publicar noticias a cargo del medio
		Agregar/Marcar noticias a cargo del medio
		Compartir/Publicar contenidos publicados por otros usuarios

Nota. Fuente: Sánchez-González, M., y Alonso, J. (2012). Propuesta metodológica para el análisis de las tecnologías de participación en cibermedios (p. 155). Revista Latina de Comunicación Social. Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna

En cuanto al trabajo colaborativo en redes, este se encuentra circunscrito en comunidades virtuales que como describe Figallo (citado en Román Graván, 2002) tienen las siguientes características, “El miembro se siente parte de un grupo social, existe una red de relaciones entre sus miembros, hay una corriente de intercambio de contenidos que tienen valor para sus miembros y las relaciones entre los miembros se mantienen en el tiempo, creando un conjunto de historias compartidas” (2002, p. 39).

Las interacciones de los miembros de una comunidad virtual que tienen como fin construir memoria histórica, encuentran en el trabajo colaborativo una metodología útil y que por años se ha empleado en procesos de enseñanza – aprendizaje con resultados exitosos. Como ventajas de esta metodología de trabajo, Lucero (citado en Solano, Collazos, y Arciniegas, 2010) identifica las siguientes:

- Maximiza los resultados y minimiza la pérdida de tiempo y de información.
- Permite a los usuarios entender mejor un problema.
- Permite producir sinergia.
- Facilita el acceso a un mayor volumen de información útil.
- Promueve el logro de objetivos más ricos en contenido.
- Se valora el conocimiento y opiniones de los demás miembros del grupo.
- Fortalece el sentimiento de solidaridad y respeto mutuo.
- Aumenta la motivación por el trabajo individual y grupal.
- Aumenta las habilidades sociales, de interacción y comunicación.
- Disminuye el temor a la realimentación.

Por su parte, Guerra Torrealba (2012) crea un modelo para analizar el comportamiento de los usuarios al compartir sus conocimientos durante actividades colaborativas a través de Internet. Los resultados de este método sugieren que los factores interpersonales como la confianza y la cohesión de

un grupo, tienen mayor influencia sobre el comportamiento de los participantes. El aspecto de la confianza se reafirma una vez más, el manejo del tiempo debe garantizar que se den las interacciones entre los participantes para que haya una colaboración óptima.

Con la aparición de la denominada Web social o Web 2.0, las comunidades virtuales se han trasladado a los medios sociales digitales, en los que, como ya se ha mencionado, los ciudadanos, entidades y organizaciones encuentran mayores posibilidades de participación y autonomía en la construcción de contenidos y en la recuperación de la memoria histórica (Molina Rodríguez-Navas, 2009). La comunicación ha cambiado a través de estos medios, las personas leen, comentan y circulan información de forma voluntaria creando nuevas formas de comunicación ciudadana y construyendo redes interculturales:

El encuentro intercultural ha alcanzado su principal reducto en los medios sociales digitales que, además de favorecer la circulación, abren espacio para la creación de ambientaciones propias, la manipulación de contenidos entre los partícipes y la convivencia instantánea entre personas de los más diferentes países. La esfera pública deja de ser solo la calle, las plazas o la identidad nacional promovida por los productores y las audiencias de diarios, radios o televisiones para incluir el ámbito global a las prácticas más cotidianas de cualquier persona en los social media. (Viana, 2010, p. 125)

Es así como también se encuentran en la Web, iniciativas que se aíslan de los entes gubernamentales o de organizaciones de cualquier índole que estén interesados en la recuperación de la memoria histórica. Un caso concreto del empleo de redes sociales como Facebook para la recuperación de la memoria histórica por parte de los ciudadanos, es el archivo gráfico

*Lima Antigua*<sup>5</sup>, que a julio de 2015 contaba con más de 96.000 seguidores y más de 10.000 imágenes entre las que se encuentran fotografías, caricaturas y postales en su gran mayoría donadas por los mismos usuarios. Con el tiempo, este espacio digital se convirtió en una forma de denuncia contra los “atentados al patrimonio histórico” limeño (Gimeno, 2014).

Teniendo en cuenta todos estos hallazgos, se encuentra entonces que las estrategias de participación y construcción de memoria histórica necesitan una revisión y un diseño innovador desde la comunicación digital que fomenten modelos para el trabajo colaborativo.

### 3.1.2. La memoria histórica y su digitalización en el contexto nacional y local

En Colombia se destacan varios proyectos relacionados con memoria e historia y en este caso en particular, con la memoria histórica. Sin embargo, de acuerdo con los resultados de la revisión de este tipo de proyectos, se ha encontrado que la mayoría de las investigaciones sobre memoria histórica tienen como eje principal el conflicto armado colombiano. Tal es el caso del Centro Nacional de Memoria Histórica (CNMH), organismo estatal cuyo objeto es la recuperación de material documental relacionado a las violaciones presentadas en el artículo 147 de la Ley de Víctimas y Restitución de Tierras. Esta entidad es un buen referente en el país y entre las propuestas que se llevan a cabo, se inicia en el 2013, el proyecto *Alfabetizaciones Digitales* en el que se puede evidenciar estrategias para fomentar la participación de los ciudadanos colombianos con el fin de:

Visibilizar el trabajo de memoria histórica y documentación del conflicto que hacen las iniciativas regionales de memoria desde todos

---

<sup>5</sup> El proyecto Lima Antigua [www.facebook.com/limantigua](http://www.facebook.com/limantigua) elaborado por Vladimir Velázquez, está acompañado además por un blog y tiene presencia en Twitter y Pinterest.

los puntos del país. Permitiendo que por medio de la internet un público cada vez mayor se sensibilice sobre el conflicto armado y la resistencia que muchos hacen desde sus corregimientos, pueblos y ciudades frente a la violencia. (Centro Nacional de Memoria Histórica, 2014a)

A partir de este proyecto, el CNMH diseña talleres para capacitar a Gestores Virtuales en los municipios donde se han desarrollado experiencias digitales en torno a la memoria histórica, además se realizan encuentros para compartir conocimientos y brindar capacitación en el uso óptimo de dispositivos y plataformas en el entorno digital, tales como redes sociales y en el manejo de celulares para la captura de video y fotografía, así como el desarrollo de habilidades para la redacción de contenidos llamativos, (Centro Nacional de Memoria Histórica, 2014b). Un aspecto llamativo de esta experiencia, es el aporte de distintos tipos de contenidos por parte de los usuarios, entre los que se encuentran canciones, relatos e imágenes.

Por otro lado, las historias comunes, las de los barrios y su gente, hacen uso de las herramientas digitales para evocar la memoria que les trae al presente sus orígenes y permite además, la participación activa de los ciudadanos. En este caso, se resalta la experiencia *Clip Uniminuto*, proceso que buscó construir como acto conmemorativo, la memoria del barrio Minuto de Dios de la ciudad de Bogotá en sus 50 años de creación. El proyecto empleó estrategias como la curaduría digital y el laboratorio con el trabajo colaborativo entre jóvenes estudiantes de colegio y habitantes del barrio, conocedores de sus inicios. Esta iniciativa propició el diálogo generacional que permitió establecer puentes entre la memoria y la historia del barrio a partir del uso de medios digitales, documentales, archivos sonoros de radio y fotografías (Gutiérrez, 2011).

Por su parte, la investigación *Cine y memoria histórica en Colombia* (Londoño y Molano, 2001) tuvo como objetivo retornar al público por medio de imágenes, en especial desde el cine, la recopilación realizada de los últimos 40 años de la historia de Colombia. Los investigadores emplearon técnicas de recolección como el testimonio oral y colectivo, para así narrar la historia desde la oralidad, “la tradición y la narración oral posibilitan ir directamente a la creación de la imagen, y mediante el cine, por los caminos que la estética y la técnica ofrecen como posibilidad de volver hacia nosotros mismos” (p. 179). Un aspecto a destacar, es que narrar historias orales tiene un carácter significativo de acuerdo con los investigadores, en la construcción de la memoria histórica del país.

En el contexto vallecaucano, la investigación *La historiografía económica sobre el Valle del Cauca, Siglos XIX-XX. Temas, espacios y tiempos: una aproximación cuantitativa* (Jiménez, 2009), presenta un estudio en el que se analizan por medio de las variables temas, siglos, periodos y espacios, cuántas publicaciones investigativas relacionadas con la historiografía económica se encuentran en esta región del país, todo esto con el fin de dar cuenta sobre las tendencias investigativas acerca de esta área. Un hallazgo importante y que se debe tener en cuenta para este trabajo de grado, es que a pesar de los muchos estudios revisados que intentan acercarse a un análisis espacial del Valle del Cauca, suelen caer en estudios a partir de un espacio particular, como puede ser Cali o cualquier localidad de este departamento, lo que conlleva a una generalización del conocimiento. Jiménez (2009) puntualiza que no se puede generalizar en la historia económica del Valle, puesto que esto puede llevar a ambigüedades y a la no integración de la diversidad regional.

En cuanto a la historia de la televisión en la región suroccidental colombiana, se encuentra también, que no es ajena a estas dinámicas propias de la

memoria histórica. Aunque los proyectos digitales son aún escasos, las iniciativas de recuperación de la memoria en otros medios, como el impreso, dan pistas, en el caso puntual, del panorama histórico del canal regional Telepacífico.

Por un lado se tiene el trabajo realizado por Calero et al. (2006), en el que se presenta una cartografía cultural del campo de la televisión en Cali. Se resalta en ello la estrategia metodológica que tiene como objetivo “caracterizar los acontecimientos históricos y de los agentes especializados que a través de sus prácticas discursivas, posibilitaron la construcción y consolidación del campo mediático – televisivo” (p. 25). Entre los resultados más importantes de esta periodización de hechos sobre la formación y consolidación de la televisión en Cali se tiene:

- La televisión regional se da gracias a las decisiones políticas, propuestas, gestiones y confrontaciones de diversos actores sociales, el canal regional Telepacífico es la evidencia de estos esfuerzos.
- La televisión regional tiende a perder su carácter ideal de fortalecimiento de la identidad cultural centrándose más en el consumidor que en el ciudadano.
- Se cuestiona la responsabilidad exclusiva que se le atribuye a la televisión regional como medio que debe fortalecer la identidad cultural, ya que debería más bien con otros agentes sociales, ser parte de un engranaje de estrategias y proyectos para tal fin.

Dando continuidad al proyecto, se realiza una segunda fase en la que se tiene en cuenta las voces de los expertos y de los ciudadanos. El objetivo se centró en analizar el consumo de la televisión regional y en caracterizar sus

audiencias. Entre los hallazgos más importantes se encontró que aunque Telepacífico no es una opción televisiva de la mayoría, tiene influencia en los grupos minoritarios que sí lo consumen como en el caso de las madres de familia como principales consumidoras; los programas que se consumen son sentidos como propios por parte de la audiencia lo que genera la necesidad de sentirse reflejados con la programación; los noticieros no solo son informativos, sino también acompañantes de algunas actividades cotidianas y por último, Telepacífico tiene una estrecha relación discursiva con la política, por ello se configura como un medio para la construcción de opinión pública y cultura ciudadana (Paz y Calero, 2008).

Ante el anterior panorama investigativo, se puede afirmar que la mayoría de los estudios relacionados con la memoria histórica en Colombia, están ligados con el tema de la violencia y el conflicto armado. Los aportes desde otro tipo de análisis son escasos, por otro lado, los estudios no se desarrollan desde la comunicación digital o la Web 2.0. Para efectos de la presente investigación, sin embargo, sí hay abundantes experiencias europeas que dan cuenta del uso y apropiación de los medios sociales digitales para la construcción de memoria histórica.

Las iniciativas encaminadas a la recuperación y construcción de la memoria histórica en el país y en el Valle del Cauca, como ya se ha dicho, tienden a lo relacionado con el conflicto armado. Sin embargo, se destacan algunas de ellas, que aunque no se relacionan exactamente con el objetivo de esta investigación, permiten identificar usos de Internet para la recuperación de la memoria histórica.

La Silla Vacía (2012), informativo digital colombiano, inició en el año 2012 un proyecto para visibilizar a quienes lideran las luchas de las víctimas del

conflicto armado, esta iniciativa tiene por nombre *Proyecto Rosa*<sup>6</sup>, un sitio Web que recoge la experiencia de la líder campesina Rosa Amelia Hernández y que pretende no dejar en el olvido a quienes luchan por recuperar sus tierras, por compartir o conocer la verdad sobre la guerra. El sitio Web del proyecto está basado en narraciones e historias personales de la protagonista y de las personas que se sienten identificadas con la problemática y desean contar su experiencia por medio de un blog, galerías fotográficas, música o través de Facebook y Twitter.

En el Valle del Cauca por su parte, hay dos archivos digitales que proporcionan información histórica de la región. El primero es el *Archivo del Patrimonio Fotográfico y Fílmico del Valle del Cauca*<sup>7</sup>, un proyecto que inicia la Secretaría de Cultura y Turismo en el 2000 y cuyo objetivo es recuperar y preservar de manera digital el patrimonio cultural del departamento, por medio de la recolección de fotografías y material fílmico que la comunidad dona en las distintas jornadas anuales que se han creado para tal propósito. La información se encuentra clasificada en 12 temas: cine, desarrollo, transporte, temas generales, educación y deporte, gente, naturaleza, cotidianidad, desastres, eventos, municipios y objetos (Fundación patrimonio fílmico colombiano, s.f.). El archivo está bajo la responsabilidad de la Biblioteca Departamental Jorge Garcés Borrero y puede ser consultado en línea por cualquier tipo usuario, pero aún no hay una estrategia digital en la que se pueda donar fotografías o se puedan narrar historias alrededor del material ya digitalizado, bien sea en el sitio web o por medios sociales digitales.

---

<sup>6</sup> Proyecto Rosa se encuentra disponible en [www.proyectorosa.com](http://www.proyectorosa.com), desde el 2013 no se ha actualizado el contenido del proyecto. A pesar de su presencia en redes sociales, la participación por parte de usuarios fue escasa.

<sup>7</sup> A final de 2014, el Archivo del Patrimonio Fotográfico y Fílmico del Valle del Cauca [bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca\\_digital/handle/10906/5698](http://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/handle/10906/5698), contaba con tres subcomunidades, entre ellas el fondo fotográfico del Diario Occidente y más de 45.400 imágenes.

La segunda experiencia es el *Archivo histórico digital de comunicación Comhistoria*<sup>8</sup> de la Pontificia Universidad Javeriana seccional Cali. El repositorio digital fue diseñado como herramienta para la investigación sobre procesos y medios de comunicación, cuenta con material digitalizado producto de la revisión de prensa de cuatro periódicos regionales. Inicialmente el repositorio cuenta con información sobre acontecimientos locales, nacionales y mundiales en economía, política, sociedad, ciencia, arte e infraestructura, como contexto histórico de la aparición y desarrollo de los medios de comunicación como la televisión. La información puede ser consultada y descargada de la plataforma, pero los usuarios no pueden donar material o interactuar alrededor de la información en medios sociales digitales.

Para finalizar, y aunque no es una estrategia pensada para medios sociales digitales, resulta pertinente destacar el proyecto *Recordar y narrar el conflicto. Herramientas para reconstruir memoria histórica* de la (Comisión Nacional de Reparación y Reconciliación (Colombia), 2009), en el que se sustentan un grupo de metodologías basadas en la memoria con un sentido social, en la que los individuos, desde sus historias personales son actores importantes. Las instituciones, medios de comunicación, intelectuales, dirigentes políticos y el mismo Estado, proporcionan una reconstrucción basada en datos o verificaciones testimoniales de una cierta versión dejando de lado muchas veces a la persona y el significado, sentido y valoración que le da a las experiencias y su forma de preservarse y transmitirse en la memoria social.

---

<sup>8</sup> Comhistoria [comhistoria.javerianacali.edu.co](http://comhistoria.javerianacali.edu.co) cuenta con archivos fotográficos de los periódicos El País, El Liberal, El Radio y El Derecho. En este proyecto participan los profesores e investigadores de la Carrera de Comunicación Ricardo Rodríguez Quintero, Adriana Rodríguez Sánchez y Aura María Vargas Ramos (autora de la presente investigación).

Por consiguiente, la propuesta presenta ocho métodos para la recuperación de la memoria histórica:

- La pregunta generadora
- Los mapas
- Las líneas de tiempo y la biografía visual
- Las colchas de memorias e imágenes
- Mapas del cuerpo
- Las entrevistas
- Las historias de vida o biografías sociales
- El mundo material: las fotos y otros objetos del y para el recuerdo

De estas herramientas y para efectos del tipo de medio en el que se presentará la propuesta del modelo de comunicación digital para la recuperación colaborativa de la memoria histórica del canal regional Telepacífico, se considera que pueden ser adaptables a lo digital las siguientes:

- La pregunta generadora: cuya función es activar los recuerdos y sus detalles tanto en la memoria individual y grupal, así como la perspectiva del narrador ante un evento o experiencia; debe ser abierta y evocativa sin que haya evaluación en su formulación; debe cautivar a los participantes en la construcción de un relato de dichas experiencias y por último, debe ser comprensible.
- Las líneas de tiempo y la biografía visual: su función es relacionar la narrativa con la cronología, de este modo se podrán organizar los eventos

y destacar aquellos que marcan un hito histórico en un determinado contexto.

- Las historias de vida o biografías sociales: permiten recordar a los actores testigos de los eventos o hitos históricos; es un relato sobre vida de una persona que puede ser narrada por ella misma o por quienes la conocieron, ubicándola en los contextos sociales a los que hace parte.
- Las fotos y otros objetos del y para el recuerdo: cumplen una función de “recordatorios”, con los que se evocan sentimientos y creencias. El acto de organizar y mirar fotografías, facilita narrar experiencias sobre los eventos y por lo tanto dar reconocimiento al pasado.

El recorrido en el Estado del Arte hasta aquí realizado, permite distinguir algunos elementos para un modelo de comunicación para la construcción de memoria histórica, como son, tener claro los hitos históricos, determinar los niveles de participación en los medios sociales digitales y distinguir las enormes posibilidades de estos en dicho fin; y sin lugar a dudas, la importancia de métodos como la narración oral y escrita, el empleo de fotografías y otros elementos visuales. Por último, un hallazgo importante es la descentralización de los procesos de construcción de memoria histórica provenientes generalmente de organizaciones públicas y privadas, para propiciar el empoderamiento del ciudadano, darle voz y hacerlo participe activo.

### 3.2. MARCO CONTEXTUAL

A continuación se realiza una descripción de la población del Valle del Cauca y de su capital, Santiago de Cali, en cuanto a los aspectos relacionados con el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y un panorama general sobre las estrategias de recuperación de memoria histórica del canal regional Telepacífico.

Sobre los usos que los colombianos le dan a las TIC en los hogares, se tiene el boletín de prensa de abril de 2013 sobre los Indicadores básicos de Tecnologías de Información y Comunicación TIC año 2012, presentado por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), (2013). De acuerdo con el informe, “en el 2012, el 91,1% del total nacional de hogares colombianos poseía televisor convencional, a color, LCD, plasma o LED; 95,2% en las cabeceras y 76,5% en resto” (p. 3). Estos datos reafirman la importancia que tiene la televisión y como sigue siendo aún, el medio de comunicación predominante en nuestra sociedad. En cuanto a la tenencia de computadores se tiene que en el total nacional, el 38,4% de los hogares poseía computador de escritorio o portátil y el 32,1% de los hogares poseía conexión a Internet.

Por otro lado, la Cámara Colombiana de Informática y Telecomunicaciones (CCIT) y Fedesarrollo, presentan el informe trimestral El sector TIC: la nueva locomotora de la economía colombiana, donde se evidencia que los estratos socioeconómicos que mayor crecimiento registraron en el número de conexiones a Internet fueron el 1 (6,1%), 2 (6,2%) y 3 (84%), y como dato relevante se tiene que “en 2012, un 56% de las personas utilizan internet para unirse y participar de una red social. En el 2013, Colombia tenía 17

millones de usuarios de Facebook y 6 millones de Twitter” (CCTI y Fedesarrollo, 2013).

Con respecto al departamento del Valle del Cauca, el informe arroja datos significativos que permiten conocer un poco la inclusión y usos de las TIC. En ese sentido, con respecto al total nacional de personas que usaron un computador, el 58,3% lo emplearon en cualquier lugar y el 55,8% usó Internet, incluso a través de teléfono celular, y de estos el 57,9% lo hizo en el hogar. Respecto a los tipos de usos, 67,6% usa Internet para correo y mensajería, pero en el uso de redes sociales, la región que reportó mayor número de personas fue el Valle del Cauca, con 64,1%, dato que resulta conveniente para el propósito de la investigación. En cuanto a la frecuencia de uso de todos los días de la semana, el departamento ocupa el tercer puesto con respecto al total nacional con un 46,9%.

En el marco de las líneas y planes de acción de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información (CMSI), el proyecto eLAC para América Latina y el Caribe, se tiene que las TIC son instrumentos de desarrollo económico y de inclusión social en la Sociedad de la Información. Ante este reto, Colombia por medio del Ministerio de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (MinTIC), presenta el plan Vive Digital. Este proyecto adelanta en varias regiones del país, una serie de actividades para la inclusión digital, con respecto al Valle del Cauca, se reportaron los siguientes alcances: inversión de más de 113.000 millones de pesos, conexión del 100% de municipios a la red de banda ancha, entrega de subsidios para el acceso a Internet a 430.500 familias y la destinación de más de 53.200 equipos tecnológicos entre computadores y tabletas y la puesta en servicio de 44 puntos de Vive Digital y 133 Kioskos de Vive digital (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2013).

Con respecto al canal regional Telepacífico (2012) en el *Plan Estratégico 2012 – 2015* de ejecución a corto, mediano y largo plazo, propone una serie de áreas estratégicas con resultados y actividades bajo el macroproblema relacionado con el desaprovechamiento del potencial de transformación social de la TV pública regional. De las áreas estratégicas, se destaca una, en la que se formulan actividades relacionadas con memoria histórica, esta área se denomina “Productos de Calidad y competitivos”, cuyo objetivo es “Programar, producir y emitir productos de calidad, competitivos, acordes con los lineamientos de la televisión pública” (p. 92). De acuerdo con lo anterior, con respecto a la memoria histórica, Telepacífico tiene como resultado esperado, contar con las condiciones locativas, técnicas y tecnológicas para la conservación de su memoria histórica audiovisual, para ello presenta las siguientes actividades:

Identificar las necesidades técnicas, locativas y tecnológicas; Elaborar propuesta de trabajo con las áreas pertinentes; Realizar el estudio de mercado para identificar las mejores opciones; Realizar las gestiones necesarias para la financiación de la propuesta; Implementar el proyecto de adecuación locativa y tecnológica. (Telepacífico, 2012, p. 107)

Aunque Telepacífico cuenta con un reconocido proyecto de preservación audiovisual y un sistema de catalogación de información, este recurso es más de índole interna al canal, puesto que permite recuperar de manera rápida la producción audiovisual hecha en sus 25 años de existencia, pero no está diseñado para que el público pueda revisarlo vía online o haga parte de su construcción. En ese sentido, la memoria histórica en el canal regional está centrada en la preservación digital del material audiovisual más que en la del canal propiamente dicho.

Las TIC en el contexto de la sociedad de la información y el conocimiento, adquieren gran importancia en diversos aspectos sociales, culturales, económicos y políticos. En Colombia los desafíos del uso y apropiación de estas tecnologías se han evidenciado, como ya se vio, en distintos tipos de propuestas. La recuperación de la memoria histórica es una necesidad mundial, la Unesco creó para ello el proyecto *Memoria del mundo* para la recuperación y preservación del patrimonio documental bajo la necesidad de salvar de los distintos tipos de peligros, el material que representa “el legado del pasado a la comunidad mundial presente y futura” (División de la Sociedad de la Información UNESCO, 2002).

En este sentido, la comunicación digital es la forma como podrían integrarse el uso de las TIC y el trabajo colaborativo para la recuperación de la memoria histórica. Teniendo en cuenta que el departamento del Valle del Cauca se destaca en el uso de redes sociales y que el canal regional Telepacífico se interesa en la conservación y preservación del material audiovisual, cuáles serían entonces las características que debe tener un modelo de trabajo colaborativo y cuáles son las potencialidades de los medios sociales digitales que permitirán la recuperación de la memoria histórica.

### 3.3. MARCO CONCEPTUAL

El abordaje del problema de investigación sobre los procesos con los que se puede recuperar la memoria histórica en un modelo de comunicación digital conlleva a la conceptualización de términos teóricos tales como medios sociales digitales, memoria histórica, trabajo colaborativo y comunicación digital.

#### 3.3.1. ¿Qué es la memoria histórica?

Comprender la importancia de la memoria histórica para una nación o un grupo social, puede llegar a ser controversial desde los puntos de vista en que sea abordado el asunto. Al revisar los conceptos de memoria e historia empiezan a surgir otra serie de términos como memoria colectiva, memoria social, memoria histórica y hasta memoria digital. Para Halbwachs (1995) la relación de memoria e historia tiene puntos en los que no son compatibles:

La memoria colectiva no se confunde con la historia y que la expresión memoria histórica no ha sido una lección muy acertada, puesto que asocia dos términos que se oponen en más de un punto. La historia es, sin duda, la colección de los hechos que más espacio han ocupado en la memoria de los hombres. Pero leídos en los libros, enseñados y aprendidos en las escuelas, los acontecimientos pasados son elegidos, cotejados y clasificados siguiendo necesidades y reglas que no eran las de los grupos de hombres que han conservado largo tiempo su depósito vivo. (p. 212)

Sin embargo, el término memoria histórica siempre ha estado acuñado a este autor, por ello Solanilla-Demestre (2012) referencia así, lo que Halbwachs describe en su libro “Los marcos sociales de la memoria” con respecto a la

memoria histórica: “es la memoria “prestada” de acontecimientos del pasado que el sujeto no ha experimentado personalmente. Esta memoria se puede incrementar y modificar mediante lecturas y también por otros medios, pero depende totalmente de la memoria de los demás” (p. 46). Otros autores han analizado la forma como se ha construido dicho concepto, en el que no es posible hacer una justificación epistemológica (Ruíz-Vargas, 2008), pero que sin duda es hoy, un proceso importante en el conocimiento y reconocimiento del pasado y que además, captura el interés investigativo.

Como ya se ha mencionado, las experiencias relacionadas con la recuperación de la memoria histórica están mayormente referidas a acontecimientos históricos acerca de la guerra y la violación a los derechos humanos. Desde la psicología, Ruíz-Vargas (2008), resalta su valor al dar legitimidad a la recuperación de un pasado doloroso, puesto que los relatos impávidos de la Historia no reparan ni a los supervivientes ni a sus descendientes.

De acuerdo con lo anterior, se pretende dar una conceptualización a la memoria histórica en términos generales, para que no se circunscriba necesariamente a este tipo de hechos. Se encuentra entonces en el texto *Reflexiones teóricas acerca de la interrelación entre memoria histórica e imaginarios sociales* de Marañón Rodríguez (2011), que el concepto se relaciona con las formas en las que las imágenes mentales, producidas socialmente, se transmiten y configuran creencias y subjetividades. En ese sentido, el autor describe la memoria histórica como:

Conjunto de acontecimientos, hechos y elementos que caracterizan la vida de la comunidad en su desarrollo histórico, es la capacidad que tiene el individuo y la comunidad en general de recordar, es la información, que a nivel de la psiquis, deja impresas imágenes o huellas

del pasado; existe en forma fragmentada, en las conciencias y recuerdos individuales y funciona como un sistema de imágenes, relacionadas con la psiquis, y está conformada por experiencias no vividas, pero asumidas a partir de diferentes mecanismos de conocimiento, como la escuela, los medios de comunicación, la literatura y la tradición oral. (Marañón Rodríguez, 2011, sección de Conclusiones, párr. 1)

El olvido no es una opción para la sociedad, se hace necesario interpretar el pasado en el presente, la recuperación de la memoria histórica se relaciona con aspectos cívicos y políticos, en ese sentido Erice Sebares (2008) reconoce que dicha recuperación, desde los términos académicos, puede generar críticas por la inexactitud conceptual, sin embargo es el reflejo de una movida necesidad en difundir el conocimiento y en rescatar desde la memoria individual, los acontecimientos que hacen parte de la historia de una sociedad.

Por otro lado, en el ejercicio de recuperación de la memoria histórica convergen otras memorias, Aróstegui (2004) describe este proceso en el marco de un presente histórico así:

La memoria en la que se basa un presente histórico ha de ser memoria pública, como cualidad emergente en el colectivo social. Esa memoria pública que conforma el presente, construida sobre las memorias vivas, no puede sin embargo, prescindir de la memoria heredada, de la continuidad de la transmisión histórica. De esa forma, memorias individuales y colectivas, memorias sociales, memorias vivas y heredadas, tienen necesariamente que converger en la construcción de una memoria histórica. (Aróstegui, 2004, p. 41)

Como ya se ha señalado, la memoria tiene una dimensión social. Esta condición se relaciona con dos funciones esenciales y de las que no se debe tener confusión alguna (Sánchez Medina y Marco Macarro, 2008). En primer lugar, los eventos no son recuperados de un “almacén de recuerdos”, sino que estos son reconstruidos a partir de la información que para el sujeto tiene un significado y relevancia, es decir, que ha pasado por su sistema cognitivo. Por último, este proceso de reconstrucción no es exclusivamente individual, puesto que los individuos que pertenecen a un mismo grupo, comparten un pasado, esquemas de conocimiento y un modo de recordar que están marcados por la cultura.

En relación con la recuperación de la memoria histórica, las investigaciones sobre el tema permiten identificar aspectos metodológicos claves para el logro de resultados acertados en un proceso en el que interfieren distintos tipos de variables. Es así como se encuentran estrategias basadas en acontecimientos autobiográficos, en los que la narrativa deja socializar experiencias para reivindicar la memoria (Canal Caicedo, 2011); el uso de la fotografía como documento visual que permiten configurar un discurso y activar la articulación y recuperación de la memoria histórica (Pantoja Chaves, 2005), así como la información histórica que se obtiene del análisis sobre las etapas (cronológicas, técnicas y artísticas) del hecho fotográfico (Montoya, 1995); y para el caso concreto de la historia de medios de comunicación, Molina Rodríguez-Navas (2006) resalta la importancia que tiene el estudio histórico del consumo de medios de comunicación sobre el estudio de la producción de los mismos, dado que la historia debe investigarse desde una perspectiva integradora de la comunicación, donde el testimonio y las fuentes orales son fuentes necesarias:

Se impone la tarea ineludible de registrar los recuerdos, vivencias e impresiones que los receptores de los media tienen para poder hacer

una historia de la comunicación social que no sea unidireccional, haciéndola así más democrática, compleja y diversa. Los matices personales, las sumas de excepciones, si es que hay norma que defina lo excepcional por contraste, son también parte de la historia. (p. 206)

Ahora bien, el uso de las TIC en este tipo de procesos ha sido reconocido, como ya se ha visto en distintas experiencias. Particularmente gracias a Internet y la Web 2.0, los espacios digitales diseñados para recuperar memoria histórica evolucionan, pasando de páginas Web estáticas y foros limitados con información solo textual a redes sociales con mayores posibilidades de interacción y mayor oferta de formatos de información (audios, texto, video, animación). Solanilla-Demestre (2012) reconoce que en estos espacios digitales se transforma la forma como se manifiesta la memoria colectiva, pero en ningún momento se anula, gracias a la capacidad de almacenamiento y a la rapidez y alcance de la distribución de las tecnologías digitales.

Para finalizar, resulta necesario reconocer cómo la reconstrucción de la memoria, en su sentido social, apela a dos conceptos más, el trabajo colaborativo y la inteligencia colectiva desde la apropiación de los medios sociales digitales.

### 3.3.2. Sobre el trabajo colaborativo y la inteligencia colectiva

Una vez se comprende que la memoria histórica tiene implícita la memoria individual y la colectiva, se encuentra en el trabajo colaborativo una estrategia que pondría en sinergia las características de las TIC y las habilidades sociales de la colaboración para la recuperación de la memoria histórica. En este sentido, Román Graván (2002) presenta una serie de

sugerencias cuando se busca implementar estrategias de este tipo de trabajo:

- Asegurarse de que los participantes desarrollen actitudes y valores para el trabajo colaborativo. Es necesario que se genere un periodo de tiempo para la adaptación a la dinámica del grupo para se adquiera seguridad y autonomía.
- Quien dirige u orienta el trabajo colaborativo, debe generar confianza en los participantes evitando controlar la frecuencia de sus intervenciones en el grupo.
- Para que todos los miembros del grupo participen, se debe establecer los roles y distribución de tareas y así evitar que estos se sientan desorientados y desmotivados.
- El diseño del espacio de trabajo debe tener en cuenta aspectos como: dónde y qué tipo de información se va a compartir; tener un espacio para comentarios y dudas de los participantes; y establecer el tipo de notificaciones que serán necesarias para el grupo.

Con respecto al concepto de trabajo en grupo, el mismo autor aclara además, que este no debe confundirse con el trabajo colaborativo, aunque también se desarrolla en grupo, no tiene las características esenciales de lo colaborativo. De este modo, Paz (citado en Román Graván, 2002) propone las principales diferencias entre los dos modelos a fin de evitar complicaciones en su aplicación:

Tabla 2. Diferencias entre trabajo colaborativo y trabajo en grupo

	Trabajo en grupo	Trabajo colaborativo
Sujetos	Grupos heterogéneos	Grupos homogéneos
Liderazgo	Líder	Compartido por todos

Responsabilidad del trabajo	Individual	Compartida
Objetivo final	Completar tarea	De aprendizaje y relación
Rol del guía	Hay un coordinador que toma decisiones	Escasa intervención: observación y retroalimentación sobre el desarrollo de la tarea

Nota. Fuente: Román Graván, P. (2002). El Trabajo Colaborativo en redes. Análisis de una experiencia en la R.A.C.S. (Tesis doctoral) (p. 129). Universidad de Sevilla, Sevilla.

Así mismo, el trabajo colaborativo apela a una estrategia esencial con la que se busca garantizar su éxito, se trata de los “guiones” o “scripts”. Dillenbourg (citado en Guiza Ezkauriatza, 2012) afirma que se puede influenciar de manera anticipada, la colaboración con el fin de suscitar interacciones entre los sujetos y regular su aportes. En este sentido, el guión es el acuerdo que se establece entre el guía (o tutor en los procesos educativos) y los participantes, deber ser claro y detallado y se puede presentar como una instrucción inicial o puede estar incorporado en el ambiente digital.

Del mismo modo se encuentra el concepto de inteligencia colectiva, que por sus características se relaciona con el trabajo colaborativo. Para Lèvy (2004) la escritura ha permitido la eficacia de la comunicación, sin embargo la inteligencia colectiva debe ir más allá, debe ser capaz de administrar la información de tal forma que sea distribuida y coordinada por todos, de esta forma se podrá realmente poner en común el conocimiento. Para el autor, el objetivo fundamental de la inteligencia colectiva es el enriquecimiento y reconocimiento mutuo de las personas, y esto es gracias a los siguientes axiomas:

- El conocimiento está en todas partes, ningún individuo lo sabe todo, pero cada uno tiene conocimiento sobre algo.
- El conocimiento es valorizado constantemente, pues tiene trascendencia en cualquiera que sea el ámbito donde se encuentre.
- Hay una coordinación en tiempo real que requiere de un sistema de comunicación digital en el que las personas puedan interactuar.
- Hay reconocimiento de la diversidad de competencias, permitiendo con ello el compromiso individual en la construcción colectiva del conocimiento.

Dado que las TIC propician espacios de encuentro en los que la información fluye bidireccionalmente, de tal forma que las personas pueden buscarla, organizarla, procesarla e intercambiarla, se generan de igual forma, cambios tanto en las representaciones mentales como en los procesos cognitivos. La tecnología digital conlleva a una nueva “dimensión interactiva”, en la que la inteligencia se vuelve colectiva, gracias a la cooperación y a la construcción colaborativa del conocimiento (Mora, 2000). De acuerdo con algunos estudios realizados en el *Center for Collective Intelligence - CCI*<sup>9</sup> (Centro para la Inteligencia Colectiva) del *Massachusetts Institute of Technology - MIT*, la inteligencia colectiva es medible tal como se hace con la individual y es aplicable a diversos campos. Klein (citado por Rey, 2012) uno de los investigadores del MIT-CCI, ha encontrado que los sistemas para el debate colectivo pueden presentar sesgos tales como: la opinión puede estar influenciada por imitación a la tendencia en las opiniones; la opinión puede ser distorsionada por la influencia negativa de otros participantes; los participantes pueden pasar a un rol pasivo en el que dejan de aportar y

---

<sup>9</sup> El MIT-CCI tiene un sitio web <http://cci.mit.edu/> en el que se puede consultar cada una de las investigaciones desarrolladas, así como sus eventos y conferencias. De acuerdo con la página web, la pregunta de investigación principal de este centro es ¿Cómo puede la gente y los computadores conectarse de manera que, colectivamente, actúen de forma más inteligente como nunca antes haya hecho cualquier persona o grupo?

explorar al considerar que ya tienen el conocimiento; y por último, la opinión puede estar polarizada por posturas ideológicas que impidan el debate.

Sin embargo, Klein y Malone (2007), este último también investigador en el MIT-CCI, reconocen algunas tecnologías digitales colaborativas que por sus características favorecen la inteligencia colectiva:

- Sistemas de argumentación en línea estructurados de manera lógica a partir de preguntas, argumentos, posiciones o posturas que motivan a los participantes a expresarse y defender sus ideas en un debate.
- Los simuladores, sistemas que en la toma de decisiones permiten que el participante (o el colectivo) pueda representar un escenario de acuerdo a los parámetros relacionados con los argumentos que está planteando dentro del debate.
- Herramientas para la toma de decisiones colectivas, con las cuales los participantes podrán votar y decidir en una lista de eventos ordenados jerárquicamente de acuerdo con los votos recibidos y el nivel de experticia de dichos participantes.

Del mismo modo, Klein (citado por Rey, 2012) sugiere tres claves para el éxito en cualquier proyecto de inteligencia colectiva: los espacios de deliberación deben ser para expresar ideas y evitar cualquier tipo de sesgo, los incentivos deben usarse de forma eficaz para motivar la participación continua y en todo momento debe darse un clima de confianza en el que el sistema se muestre de forma transparente. No obstante, es importante el rol del moderador, establecer niveles de participación y experticia, conocer todas las dimensiones del trabajo colaboración, puesto que las habilidades

comunicativas y la predisposición al consenso permitirán organizar grupos más efectivos.

Finalmente, la utilización de la Web 2.0 por sus diversas formas de interacción, se convierte en un medio útil en la recuperación de la memoria histórica de forma colaborativa. Herramientas como páginas Web, blogs, foros, canales de video y listas de correo facilitan el intercambio de información y la retroalimentación permanente (Molina Rodríguez-Navas, 2009). En la Web social se crean espacios abiertos, moldeados con herramientas colaborativas con las que son posibles interactuar de muchos a muchos sin las barreras temporales o geográficas.

### 3.3.3. La comunicación digital y los medios sociales digitales

Desde que la red de redes dejó de ser un espacio unidireccional de información, en el que solo los que tenían conocimientos en programación y HTML podían subir contenido a la Web, las formas de compartir información fueron cambiando, haciendo que la sociedad trasladara también, sus prácticas comunicativas al espacio digital. La comunicación en la era digital, la de masas, se da cada vez menos desde la relación de uno a muchos, las personas tienen ahora el poder de crear y difundir por medio de Internet mensajes e interactuar con otros en una relación de muchos a muchos, en tiempo real y de forma mayormente sincrónica (Castells, 2009).

El intercambio de información considera también las características de la convergencia, una cultura en la que la digitalización de los medios de comunicación posibilitó que los usuarios fueran más participativos, Jenkins (2008) lo define como:

El flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento

migratorio de las audiencias mediáticas, dispuestas a ir casi a cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento. «Convergencia» es una palabra que logra describir los cambios tecnológicos, industriales, culturales y sociales en función de quienes hablen y aquello a lo que crean estar refiriéndose. (p.14)

Del mismo modo, la comunicación se ha transformado desde la convergencia en todos sus aspectos, pero como ya se indicó, no solo desde lo tecnológico, dado que hay otros puntos clave tales como: lo empresarial, lo profesional y lo propiamente comunicativo. Las primeras teorías acerca de la digitalización de la comunicación, tienen un sesgo determinista, en el que la convergencia tecnológica luce como la única responsable de los innumerables cambios en la industria de la comunicación (Salaverría y Avilés, 2008). En concordancia, para comprender el fenómeno comunicativo en la era digital, Salaverría (2003) explica cada una de las dimensiones desde donde la convergencia multimedia se está desarrollado:

- Empresarial: corresponde con la diversificación mediática empresarial que se da dentro de un grupo de comunicación, en el que Internet propicia nuevos modelos de articulación entre medios y cambios en las unidades de negocio, la estructura organizativa y la forma de producción.
- Profesional: en el entorno laboral, los profesionales de la comunicación se enfrentan a retos en los que sus habilidades deben ir más allá del buen uso de la escritura, por las características propias de Internet, deben trabajar más rápido y ofrecer información inmediata, por lo que ahora deben manejar bien las fuentes digitales, crear contenidos multimedia y narrar para múltiples plataformas y formatos.

- Tecnológica: la tecnología digital e Internet propició nuevas formas de diseñar, crear y difundir información. La producción de contenido está pensado para multiplataformas, al igual que su recepción, puesto que los usuarios disponen de diversos artefactos como computadores, móviles o tabletas.
- Comunicativa: con la tecnología digital se fomentaron nuevas formas de narrar y nuevos lenguajes. Los códigos textuales y audiovisuales se integran entre sí, permitiendo además, que los usuarios interactúen con ellos.

De esta manera, el concepto anteriormente retomado de Jenkins (2008) sobre convergencia, apunta además a una dimensional cultural. Para el autor la cultura participativa, la inteligencia colectiva y la convergencia mediática se relacionan entre sí y toman de la cultura popular los elementos para constituirse. La cultura de la convergencia representa los cambios en las relaciones de las personas con los medios, en las formas de aprender, trabajar, participar y relacionarse con otros, cambios que surgen a su vez por las relaciones con la cultura popular y por las destrezas adquiridas en los ambientes digitales. Los nuevos modelos están basados en las personas, pues son quienes de manera colectiva cambian la naturaleza del mercado, del conocimiento, la política y la religión.

En consecuencia, la comunicación digital tiene, a diferencia de la análoga, su centro en las personas. Nuevamente se tomarán algunas reflexiones hechas por el sociólogo Manuel Castells (2009) de su libro *Comunicación y Poder*. La era digital revolucionó los medios de comunicación prensa, radio y televisión que ahora enfrentan retos con respecto a la convergencia. Aun así para Castells lo más importante es distinguir las fronteras entre los medios de comunicación de masas y las formas de comunicación, entendiendo que no

son medios de comunicación desde el sentido tradicional la Internet, la Web y la comunicación inalámbrica. De esta manera, la comunicación de masas realmente lo que hace es basar su producción y transmisión en las tecnologías digitales, dándole lugar a una nueva forma de comunicación: la autocomunicación de masas.

Para Castells (2009), la autocomunicación de masas es el producto de las nuevas formas de comunicación dadas por las personas en Internet, quienes crean su propio sistema de comunicación de masas por medio de wikis, blogs, videoblogs, streaming, entre otros, “es autocomunicación porque uno mismo genera el mensaje, define los posibles receptores y selecciona los mensajes concretos o los contenidos de la web y de las redes de comunicación electrónica que quiere recuperar” (p. 88). Youtube es un claro ejemplo de ello, una persona en cualquier lugar del mundo con conexión a Internet, puede crear un canal y difundir globalmente material audiovisual en él, así como buscar contenido de su interés.

Llegado a este punto, es importante referirse a la denominada Web 2.0 o Web social, caracterizada por permitir que las personas generen y compartan conocimiento. Gracias a la característica de fácil accesibilidad de las herramientas de software social, las personas pueden comunicarse y cooperar en la producción de contenido de distinto tipo como audio, texto, video e imágenes, la Web social es la “Web de la gente” (Orihuela, 2006). Sin embargo, compartir contenido no es estrictamente sinónimo de compartir conocimiento, para que la Web social sea Web inteligente, deben estandarizarse una serie de desarrollos tecnológicos con los cuales se puedan construir metadatos<sup>10</sup> que permitan describir los contenidos y sus

---

<sup>10</sup> Los metadatos son un “conjunto de atributos o elementos necesarios para describir un recurso determinado, que funciona como identificador de los materiales digitales diseñados...permite pensar la producción de recursos digitales bajo un enfoque de trabajo

significados, así como su relación entre sí. Sin embargo, son nuevamente las personas quienes con la apropiación de este tipo de herramientas, tendrán las habilidades para diferenciar correctamente la información valiosa de la que no lo es.

Por otro lado, la Web 2.0 ha crecido a pasos agigantados, dando origen con ello a un sinnúmero de herramientas para diversos propósitos. Por tal motivo, es común encontrar en Internet mapas y directorios con los que se pretende clasificar por tipos de usos todos estos desarrollos. Por ejemplo, la *Fundación Orange*<sup>11</sup> presenta en el 2007 en España, el libro digital *Web 2.0*, considerado por ellos, uno de los primeros sobre Web participativa en dicho país. Acompañando este libro se encuentra un mapa interactivo<sup>12</sup> con las principales aplicaciones Web y una taxonomía de acuerdo con su funcionalidad, entre las que se encuentran: filtrado colaborativo, inteligencia colectiva, participación e indexación social (Fumero, Roca y Saéz Vaca, 2007). Otro ejemplo interesante, es el directorio de herramientas y aplicaciones en línea Go2Web20<sup>13</sup>, que posee un sistema con 23 categorías generales y de acuerdo con la información del sitio, están indexados más de 3000 servicios, entre los que se encuentran aplicaciones para colaboración, participación, comunicación y administración de redes sociales.

Sin embargo, como se ha visto, las taxonomías propuestas están centradas en la funcionalidad de las aplicaciones Web y no en la forma como las personas se apropian de ellas. En ese sentido, Cobo Romaní (2007)

---

colaborativo y que coloca en una posición participativa a todos los grupos de profesionales implicados en su desarrollo” (Agudelo Benjumea, s.f.)

<sup>11</sup> La Fundación Orange <http://fundacionorange.es> es una organización constituida desde el año 1998, tiene como una de sus funciones analizar e investigar lo relacionado con el desarrollo de la Sociedad de Información y la apropiación de las TIC en España.

<sup>12</sup> El mapa interactivo Web 2.0 puede ser consultado en el siguiente link <http://internality.com/web20/files/mapa-web-20.pdf>

<sup>13</sup> Go2Web20 puede ser consultado en el siguiente link <http://www.go2web20.net/>. El sitio estuvo vigente hasta julio de 2015.

considera que aunque no es fácil organizar los recursos de la Web, es acertado proponer desde la apropiación social de estos, una taxonomía fundamentada en cuatro grandes líneas:

- Social Networking: también denominadas redes sociales, son todas aquellas herramientas que permiten la creación de espacios para la conformación de comunidades de intercambio social, caracterizados principalmente por tener intereses comunes y por el deseo de compartir, comunicar y entretener. Como ejemplo están, entre muchas más, Facebook, MySpace y LinkedIn.
- Contenidos: hace referencia a aquellas herramientas que facilitan de manera individual o colectiva, el diseño, generación, distribución e intercambio de contenidos de diversos formatos (texto, audio, video e imagen). Algunos ejemplos de este tipo de Web 2.0 son los weblogs, las wikis, los procesadores de texto en línea y las herramientas online para el acceso y edición de fotografía, video y audio.
- Organización Social e Inteligente de la Información: este tipo de recursos son los que permiten clasificar y almacenar la información por medio de etiquetación, sindicación e indexación, de tal forma que se optimice la búsqueda e identificación de contenido realmente útil en la red. Estas herramientas son aún más eficientes por medio de la inteligencia colectiva, es decir en el trabajo colaboración de etiquetación e indexación de información. Ejemplos de estas son los bookmarks (como Delicious), lectores de RSS y los buscadores Web.
- Aplicaciones y servicios (mashup): son todas aquellas herramientas o plataformas en línea que permiten la integración de varias tecnologías en un mismo espacio, es decir, prestan servicios de forma híbrida. La

característica principal de estos recursos es su uso participativo, colaborativo, creativo y abierto, que favorece, como las anteriores tipologías, a construir una Web inteligente. Dentro de las más populares herramientas para mashups están Storify, Google Maps y Digg.

Finalmente, este conjunto de medios sociales digitales, como ya se ha señalado, son el soporte de las nuevas formas de comunicación en las que las personas interactúan de muchos a muchos, son capaces de producir sus propios contenidos y difundirlos de forma planetaria. Por su parte, el trabajo colaborativo vierte de habilidades sociales y comunicativas a los sujetos, haciéndolos más participativos.

## 4. METODOLOGÍA

Se presenta a continuación un breve contexto de la investigación en el campo de la comunicación, específicamente desde los usos de Internet, para finalmente dar paso a la descripción de la metodología empleada en esta investigación, junto con las técnicas e instrumentos que permitieron obtener y desarrollar los insumos base para la propuesta del modelo de comunicación digital para la recuperación de la memoria histórica del canal regional Telepacífico.

### 4.1. La investigación en la comunicación digital

El campo de la comunicación, como objeto de estudio y con respecto a las metodologías para la investigación de los usos socioculturales de la Internet, Raúl Fuentes Navarro (2001) señala que este tipo de estudios se pueden centrar en la dimensiones comunicativa, informativa y difusiva de Internet, especialmente en lo relacionado con infraestructura, códigos, hábitos y tipos de usuarios, siendo este último aspecto, el eje central en la reconstrucción etnográfica de las competencias comunicativas de los usuarios, pues evidencia la construcción de la apropiación de Internet en todas sus dimensiones. Como categoría de análisis, Fuentes Navarro (2001) identifica los *usos*, los cuales mediante un modelo heurístico permiten: articular la mediación entre la tecnología y las personas; estructurar y reestructurar el pensamiento como producto del uso apropiado de Internet; y por último, comprender el carácter constitutivo de la comunicación en la sociedad y en la cultura.

Abordar la investigación desde el área de la Comunicación Digital, fue un interés inicialmente de pocos, pero con la notoria incursión de la Internet en las formas de comunicación y en los medios, se inicia un campo de estudio

amplio y rico en el aporte de nuevos conocimientos. En el caso español, como ya se evidenció en los antecedentes, se han desarrollado diversas investigaciones relacionadas con los cibermedios, en especial con el ciberperiodismo. Con los desarrollos tecnológicos en cuanto a aplicaciones para la web y el incremento en el uso de estas en el periodismo, se crean centros de investigación interesados en analizar el fenómeno de la comunicación digital, donde principalmente se ha centrado la atención académica. En ese sentido, Ramón Salaverría (2008) distingue como retos de este tipo de estudios los siguientes:

- Se deben determinar metodologías específicas de investigación que proporcionen nuevas formas de recolección de archivos para el análisis de muestras sistematizadas provenientes de los cibermedios.
- Realizar investigaciones menos generalistas y más específicas que conlleven al avance del campo investigativo, esto incluye trabajar en aspectos relacionados con la historia, la ética o el derecho en cibermedios.

Teniendo en cuenta lo anterior y de acuerdo con el objetivo de investigación del presente trabajo de grado, en el que se diseñará un modelo de comunicación para la recuperación de la memoria histórica, se define como metodología de investigación el enfoque cualitativo.

#### 4.2. Descripción del enfoque, técnicas e instrumentos

La investigación cualitativa se caracteriza por describir, comprender e interpretar los fenómenos por medio de los significados y percepciones provenientes de sus participantes y cuya naturaleza de los datos incluye narraciones, observaciones, entre otros tipos de técnicas provenientes de

muestras individuales o grupales, necesariamente no representativas desde lo estadístico (Hernández Sampieri, Fernández Collado, y Baptista Lucio, 2006). A su vez, las metodologías relacionadas con los estudios de la comunicación se caracterizan por el análisis de las prácticas comunicativas de los sujetos con respecto a Internet y de los productos hipermedia propios de este tipo de tecnología, por lo tanto, las técnicas a emplear dependerán del tipo de análisis que se pretenda:

La exploración sociocultural de los usos de Internet puede comenzar de la manera más productiva y sistemática por el análisis de la doxa, o discurso cotidiano de los sujetos sobre el objeto, siguiendo el modelo de la hermenéutica profunda de John B. Thompson (1993), para después continuar con la aplicación de instrumentos para el análisis sociohistórico (escenarios espacio-temporales y campos de interacción), como un cuestionario y entrevistas informales, presenciales y vía correo electrónico, y la aplicación de instrumentos para el análisis de discurso (descripción de prácticas, argumentación) y el análisis formal (productos de información, comunicación, difusión, en Internet). (Fuentes Navarro, 2001, p. 242)

En este caso, la recuperación de la memoria histórica del canal regional Telepacífico por medio de un modelo de comunicación basado en el trabajo colaborativo y los medios sociales digitales, convoca al análisis de las características y potencialidades de las herramientas Web 2.0 y del desarrollo del trabajo colaborativo en este tipo de plataformas, así como, de los niveles de participación y los hitos históricos del canal televisivo.

La construcción del modelo de comunicación digital para la recuperación de la memoria histórica del canal regional Telepacífico, se estructura desde dos aspectos importantes: las características del trabajo colaborativo y las

potencialidades de los medios sociales digitales. Dada la importancia de comprender estos dos aspectos y desarrollar el corpus del modelo, se adoptan como técnicas la observación no participante desde el método de la etnografía virtual, la entrevista y la revisión documental.

A continuación se describen y detallan uno a uno, los principales aspectos investigativos del proyecto a partir de las categorías y subcategorías de análisis relacionadas con los objetivos específicos, así como con las técnicas, instrumentos y resultados esperados (ver Tabla 3 con la matriz metodológica).

Tabla 3. Matriz metodológica

Objetivos específicos	Tipo de investigación	Categorías de análisis	Subcategorías de análisis	Instrumentos/ técnicas	Fuentes de información	Resultados esperados
Describir las características del modelo de trabajo colaborativo en medios sociales digitales para la recuperación de memoria histórica.	Cualitativa	Trabajo colaborativo	Características del trabajo colaborativo	Análisis documental	Tesis doctorales de investigadores expertos en trabajo colaborativo.	Descripción de las características del trabajo colaborativo.
			Estrategias para el trabajo colaborativo en ambientes virtuales	Análisis documental	Tesis doctorales de investigadores expertos en trabajo colaborativo en ambientes virtuales.	Descripción de las estrategias que facilitan el trabajo colaborativo en ambientes virtuales.
		Memoria histórica	Conceptualización de memoria histórica	Entrevista semiestructurada (Anexo 7)	Historiador. Dr. Hugues Sánchez Mejía, Universidad del Valle.	Definición del concepto de memoria histórica del cual se basará el modelo de comunicación digital.
			Memoria histórica en canales regionales (contexto nacional)	Sistematizar experiencias (Anexo 6)	Proyectos y portales Web de canales regionales que han trabajado experiencias relacionadas con memoria histórica.	Descripción de las estrategias empleadas por canales regionales para la recuperación de la memoria histórica.

Tabla 3. Matriz metodológica

Objetivos específicos	Tipo de investigación	Categorías de análisis	Subcategorías de análisis	Instrumentos/ técnicas	Fuentes de información	Resultados esperados
			Memoria histórica desde la perspectiva del canal regional Telepacífico.	Entrevista semiestructurada (Anexo 2)	Administrativo encargado del proyecto del archivo audiovisual de Telepacífico, Elsy Adriana Velasco.	Conceptualización de la memoria histórica desde la perspectiva del canal regional Telepacífico.
			Estrategias para recuperar la memoria histórica	Entrevista semiestructurada (Anexo 7)	Historiador. Dr. Hugues Sánchez Mejía, Universidad del Valle.	Identificación de estrategias para recuperación de la memoria histórica que pueden ser aplicadas en medios sociales digitales.
				Análisis documental/ Sistematizar experiencias/ (Anexo 4)	Proyectos y experiencias para la recuperación de la memoria histórica (contexto nacional e internacional).	Descripción de modelos empleados para la recuperación de la memoria histórica en medios sociales digitales.
			Entrevista estructurada (Anexo 1)	Administrador del proyecto en Facebook, Lima Antigua. Vladimir Velásquez.		

Tabla 3. Matriz metodológica

Objetivos específicos	Tipo de investigación	Categorías de análisis	Subcategorías de análisis	Instrumentos/ técnicas	Fuentes de información	Resultados esperados
			La memoria histórica del canal regional Telepacífico (mirada institucional)	Entrevista semiestructurada (Anexo 2)	Administrativo encargado del proyecto de archivo audiovisual de Telepacífico, Elsy Adriana Velasco.	Descripción de la percepción institucional de la memoria histórica del canal regional Telepacífico.
Identificar las potencialidades de los medios sociales digitales para la recuperación de la memoria histórica.	Cualitativa	Medios sociales digitales	Características de los medios sociales digitales para la recuperación de la memoria histórica	Entrevista semiestructurada (Anexo 3)	Investigador en memoria histórica y Web 2.0, Dr. Pedro Molina Rodríguez-Navas, Universidad Autónoma de Barcelona.	Descripción de las características que los medios sociales digitales poseen para la recuperación de memoria histórica.
			Taxonomía de los medios sociales digitales	Análisis documental	Libros y artículos de investigación.	Esquema con los tipos de medios sociales digitales que favorecen el trabajo colaborativo y la inteligencia colectiva.
			Tipos de medios sociales que fomentan el trabajo colaborativo y la inteligencia colectiva	Sistematizar experiencias	Proyectos y experiencias de trabajo colaborativo e inteligencia colectiva (contexto nacional e internacional).	

Tabla 3. Matriz metodológica

Objetivos específicos	Tipo de investigación	Categorías de análisis	Subcategorías de análisis	Instrumentos/ técnicas	Fuentes de información	Resultados esperados
			Medios sociales digitales usados por el canal regional Telepacífico	Entrevista semiestructurada (Anexo 8)	Community Manager del canal regional Telepacífico.	Descripción de los medios sociales digitales usados por el canal regional Telepacífico.
			Caracterización de la comunidad de usuarios en medios sociales digitales del canal regional Telepacífico	Sistematizar las características de la comunidad de usuarios (Anexo 5)	Medios sociales digitales del canal regional Telepacífico.	Descripción las características de la comunidad de usuarios de los medios sociales digitales del canal regional Telepacífico.
		Inteligencia colectiva	Características de la inteligencia colectiva	Análisis documental	Libros y artículos de investigación.	Esquema con las características de la inteligencia colectiva y el trabajo colaborativo.
			Estrategias para fomentar la inteligencia colectiva y el trabajo colaborativo	Sistematizar experiencias (Anexo 4 y 6)	Proyectos y experiencias de trabajo colaborativo e inteligencia colectiva (contexto nacional e internacional).	

#### 4.2.1. Análisis de fuentes documentales

Para la descripción de las características del trabajo colaborativo, se emplean fuentes documentales escritas acerca del trabajo colaborativo en entornos Web 2.0. Para tal propósito, se analizarán los modelos propuestos como resultado de investigaciones en tesis doctorales y artículos de investigación. La unidad de análisis serán las prácticas (como actividades continuas) de los usuarios en los espacios digitales diseñados para tal fin. Por medio del análisis de los contenidos, se pretende identificar las ideas principales y los conceptos relevantes, cuestionando su aplicabilidad en el modelo de comunicación digital.

#### 4.2.2. Etnografía virtual

A lo largo de los desarrollos de plataformas Web en Internet trajo consigo nuevos espacios de interacción y permitió la conformación de comunidades virtuales en las que las técnicas de investigación cualitativas de orden etnográfico se han adaptado a los espacios y formas de interacción de los sujetos en entornos digitales.

Internet (y también el mundo físico) es a la vez un espacio para actuar y un espacio que se sustenta en acciones. Es un espacio para actuar en el sentido de que las personas tratan de conducirse de formas adecuadas a determinados parámetros. Y es un espacio que se sustenta en acciones porque está hecho de prácticas sociales que las personas adoptan para interpretar y utilizar la tecnología. (Hine, 2004, p. 144)

En ese sentido, la técnica de observación no participante es utilizada para analizar las dinámicas en espacios como las redes sociales dedicadas a

memoria histórica y los niveles de participación dados en estas, además, proporciona elementos descriptivos de las actividades o acciones individuales y colectivas de los participantes (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2006). Para ello, los casos elegidos por el número de usuarios superior a los 1000, la actividad constante de los participantes y los resultados positivos frente a la recuperación de la memoria histórica son: *Lima Antigua*, *Cali viejo – Memoria fotográfica* y *Cali ayer, Cali hoy*, proyectos desarrollados en Facebook y cuyas características de participación ofrecerán un panorama sobre el uso de la red social con fines históricos.

Por otro lado, debido a la ubicación en otro país del entrevistado y por su manifiesto de querer presentar la entrevista mediante correo electrónico, se realiza una entrevista estructurada al creador y administrador del proyecto digital *Lima Antigua*, Vladimir Velázquez, con el objetivo de identificar desde su experiencia, cómo se ha dado la participación de los usuarios del sitio y el nivel de compromiso de estos en la recuperación de la memoria histórica de la ciudad de Lima –Perú.

Del mismo modo, pero desde el ámbito investigativo, se realiza una entrevista al profesor e investigador del Departamento de Periodismo y de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona, Pedro Molina Rodríguez-Navas, ya citado en varias ocasiones en el documento por sus investigaciones en la línea de memoria y comunicación.

En cuanto a las plataformas Web 2.0 o medios sociales digitales y la identificación de sus potencialidades para la recuperación de la memoria histórica, se realiza una descripción detallada de su usabilidad y funcionalidad, con base en la taxonomía propuesta por Cobo Romaní (2007), en la que se agrupan estas plataformas de acuerdo a su apropiación en:

creación de contenidos, organización social e inteligente de la información, aplicaciones para mashups y redes sociales. Dada su popularidad e impacto en Internet, características y niveles de participación que brinda, se han seleccionado las siguientes plataformas web para su análisis:

- Facebook y Twitter como red social.
- Storify y Dipity como aplicaciones para mashups y organización inteligente de la información.
- Youtube y SoundCloud para generar contenido audiovisual y sonoro.

#### 4.2.3. Entrevistas

La entrevista es una forma de recolección e intercambio de información que se caracteriza por ser más cercana, flexible y abierta, en el caso de las entrevistas semiestructuradas, el investigador tiene la posibilidad de diseñar una guía de preguntas, pero conforme se desarrolla esta, pueden surgir nuevos interrogantes (Hernández Sampieri et al., 2006). Para el caso de la recuperación de la memoria histórica del canal regional Telepacífico, es necesario contar con información acerca del *Plan Estratégico 2012 – 2015* en lo relacionado con memoria histórica y cuyo resultado esperado es la conservación de la memoria asegurando las condiciones locativas, técnicas y tecnológicas necesarias para ello. De igual modo, se pretende identificar desde Telepacífico, cuáles pueden ser las perspectivas e hitos históricos más importantes en la reconstrucción de la memoria a partir de los aportes de quienes son y han sido sus televidentes. Por esta razón, se entrevista a Elsy Adriana Velasco, productora del canal y quien ha liderado el proyecto del archivo audiovisual de Telepacífico.

## 5. RESULTADOS

Se describen a continuación los resultados del análisis cualitativo de la información obtenida a través de la revisión documental y las entrevistas, cuyos datos ofrecieron el soporte, postura y reflexión conceptual desde donde se concibe la memoria histórica y su recuperación colaborativa; del mismo modo, la sistematización de experiencias digitales en entornos ya sean Web o Web 2.0 relacionados con memoria histórica, brindó los elementos constitutivos para el diseño del modelo de comunicación digital desde las características del trabajo colaborativo y la inteligencia colectiva, así como la selección de los medios sociales digitales apropiados para la conformación de la comunidad de usuarios y las fases metodológicas para su desarrollo.

En general, se parte con una reflexión acerca de la historia de la comunicación, con el fin de justificar la necesidad de configurar nuevas formas de narrar la memoria de un medio tradicional como es la televisión, en particular desde el caso del canal regional Telepacífico. Paso seguido, se resaltan los hallazgos con respecto a las características y potencialidades de los medios sociales digitales, seleccionando aquellos que de manera conjunta conforman un ecosistema digital propiciador de la colaboración, la inteligencia colectiva y la evocación de la memoria individual. Finalmente, se describe la propuesta para el modelo de comunicación digital por medio de tres fases que integran estos medios y los hallazgos significativos respecto a las formas de recuperar colaborativamente la memoria histórica.

### 5.1. Memoria histórica y su recuperación en espacios digitales mediante trabajo colaborativo

Para iniciar, las entrevistas realizadas a expertos en historia como Molina Rodríguez-Navas y Hugues Sánchez Mejía, aportaron los elementos

reflexivos acerca del abordaje del tema principal de esta investigación: la recuperación de la memoria histórica. En ese sentido se encuentra que, la historia de la comunicación tradicionalmente se circunscribe en un modelo académico, en el que grupos limitados de individuos (principalmente profesionales especializados) e instituciones (algunas con tintes políticos o vínculos con el poder) son los que describen el pasado con lo que se considera como significativo, dejando de lado muchas veces, las voces de las personas que desde sus historias individuales también aportan a la construcción de este tipo de conocimiento.

No se trata entonces que la historia se vuelva un diario anecdótico, se precisa más bien de un modelo, que como resalta Molina Rodríguez-Navas reconozca un *humanismo plural*, concepto trabajado por la investigadora e historiadora Amparo Moreno Sardà (2014), en el que la historia individual cobre sentido, donde el conocimiento experto entre en diálogo con ella desprovisto de las convenciones del paradigma tradicional, resinificándola y valorándola.

Los medios de comunicación de masas son fuentes documentales y se relacionan directamente con la memoria personal y colectiva ya que son representaciones simbólicas de la realidad social, por lo tanto su historia puede relatarse colaborativamente entre lo individual, lo colectivo y lo institucional. De acuerdo a los resultados de varios proyectos sobre historia basados en la web como medio para organizar el conocimiento, la investigadora Moreno Sardà (2014) considera que un modelo basado en este paradigma, debe atender tres ejes: un espacio geográfico en el que se desarrolla el tejido entre lo regional, lo local y lo personal, una temporalidad con la que organicen los relatos y un ámbito temático que garantice una visión amplia e integradora. En ese sentido, las características de los medios sociales digitales y las diversas formas de participación disponibles en un

sin número de formatos, conforman el ambiente propicio para la construcción colaborativa de la historia.

Del mismo modo, comprender de una manera más amplia la apropiación conceptual de la memoria histórica, abre mayores posibilidades de aplicación en estrategias de recuperación que no se circunscriben únicamente a casos relacionados con el conflicto armado. Molina Rodríguez-Navas sugiere esa visión global de la memoria histórica, argumentando que esta se va configurando desde el espacio geográfico de donde procede la persona, de la memoria heredada de su círculo familiar, de las imágenes e información que recibe de los medios de comunicación y del sistema escolar en el que se educa, por lo tanto hablar de memoria es hablar de la vida de las personas.

En línea con lo anterior, el historiador Hugues Sánchez Mejía, hace referencia también a la estrecha relación de la memoria histórica con la herencia cultural, las formas como una sociedad se construye, cambia y se perpetúa, están sin duda permeadas por la identidad y las representaciones instauradas en la memoria individual. Las personas tienen la capacidad de recordar u olvidar lo que desean, sin embargo, y en particular en el caso colombiano, la memoria histórica se ha politizado, por ello merece una visión más amplia.

Ahora bien, cómo los espacios digitales como las redes sociales, por ejemplo, puede contribuir a la recuperación de la memoria histórica mediante el trabajo colaborativo. Para ello, es importante tener como primera consideración, que la comunicación es el aspecto más importante para que este proceso grupal y de intercambio de información llegue o se acerque a su objetivo. Es entonces cuando la narración entra a protagonizar los espacios de participación, posibles y disponibles en medios sociales digitales.

La revisión de experiencias de memoria histórica en medios sociales digitales y medios de comunicación como la televisión y la prensa, así como de investigaciones o sitios web institucionales relacionados con los canales regionales, ponen de manifiesto el uso que los usuarios dan a estas plataformas digitales.

Los proyectos revisados relacionados con memoria histórica fueron siete en total (ver Anexo 6): Rostros sin Rastros: televisión, memoria e identidad; Ciudad Bolívar: esperanza, liderazgo y pasión; Hagamos Memoria (Programa de Televisión); Oiga, Mire, Vea (proyecto multimedia del periódico El País (Cali)); Sabogal (serie animada); Todo lo que Vivimos y Señal Memoria. De cada experiencia se examinó en especial, los medios sociales digitales empleados, los niveles de participación y las estrategias de trabajo colaborativo.

En cuanto a investigaciones y sitios web institucionales relacionados directamente con la historia de los canales regionales colombianos, se revisaron en total siete espacios (ver Anexo 9): Historia de Telecafé (página web institucional); Telecaribe (página web institucional); Canal TRO (blog personal); Reseña histórica del canal regional Teleantioquia (página web personal); Breve historia de la televisión regional en Colombia (investigación); Historia de la televisión en Colombia (página web institucional) e Historia Canal TR3CE (página web institucional). A continuación se describen los hallazgos más importantes de la revisión de las 15 experiencias o proyectos, destacando aquellos datos significativos que permiten conocer el panorama actual de la memoria histórica con respecto a la televisión regional.

La historia de la televisión y en específico, la de los canales regionales colombianos, demuestran que la tendencia predominante es la académica, producto de la investigación y que se construye bajo el rigor de lo científico,

en especial del social. Los resultados denotan una fijación por el relato cronológico, los impactos culturales y las dificultades del medio. Cuando es el propio canal televisivo quien reconstruye su historia, hay similitudes en la forma, pero cambia el medio, presentado desde sus páginas web, videos, líneas de tiempo, hipermedias o reseñas que recogen los hitos más importantes de su historia.

Los canales regionales como Telecaribe, Telecafé, Canal TR3CE y Telepacífico ofrecen información acerca de su historia a través de sus páginas web institucionales. Estas narraciones son lineales, algunas en forma de línea de tiempo, que aunque son de apariencia interactiva (por la selectividad de años como se ve en la Figura 1), su comprensión exige una lectura ordenada, no hay información visual complementaria y están centradas en la descripción de eventos relacionados con las mejoras en la infraestructura física y tecnológica, logros en las producciones propias y avances en sus parrillas de programación. En el caso de los videos institucionales es igual, aunque están subidos a plataformas como Youtube, no los acompaña información textual y no aprovechan las características de interactividad de la plataforma.



Figura 1. Pantallazo de la sección Corporativo de la página Web del canal regional Telepacífico, donde se reseña la historia del canal por medio de botones organizados de forma cronológica.

Con márgenes de hasta cuatro años en algunos canales, se observa además que la información no se actualiza; se resalta que para eventos conmemorativos (los 20 o 25 años de creación por ejemplo) es usual que se realicen experiencias, algunas digitales, en las que se rememoran hechos importantes pero desde la perspectiva del canal. Dado que la televisión es fuente documental para la memoria histórica, canales como Canal Capital y Señal Colombia han liderado producciones audiovisuales dedicadas a la recuperación de la historia de la televisión en torno a los hitos históricos más importantes del país.

Por su parte, los espacios Web de estos contenidos ofrecen al usuario la posibilidad de acceder a los programas, como en el caso de Hagamos

Memoria, Sabogal y Señal Memoria, encontrando en ellos cada una de las emisiones, noticias y artículos relacionados a los temas, sin embargo hay poca presencia y uso de medios sociales digitales, aquellos que los utilizan, no los integran a los contenidos para generar debate y son usados principalmente para la difusión.

Por otro lado, con la conmemoración en el año 2014 de los 60 años de la televisión colombiana, Señal Colombia creó el especial *Todo lo que vivimos*, una serie con seis programas de 30 minutos, 60 capsulas de 6 minutos, todos subidos a Youtube, etiquetas para Twitter como #Los60deLaTV y #TodoLoQueVimos y publicaciones en Facebook con algunas estrategias para motivar la participación de los televidentes. Como experiencia significativa, esta producción no realizó una narración cronológica explícita, como tampoco se centró en contar los cambios tecnológicos. Sus hitos históricos fueron los aspectos sociales, económicos y políticos, mundiales o nacionales, que marcaron la historia del país, tales como el narcotráfico o el conflicto armado, pero vistos desde las producciones audiovisuales que impactaron lo social, lo cultural, las costumbres y el lenguaje de la audiencia.

Por ello, algunos televidentes, actores, productores, libretistas, directores y expertos en el tema, participaron en los audiovisuales de *Todo lo que vivimos*, narrando desde la emocionalidad o la experiencia directa, su percepción acerca de la historia de la televisión. Estos productos audiovisuales fueron agrupados en seis grandes ítems, todos ellos vinculados además, con la historia del país: la identidad colombiana, formas de construir el país, las transformaciones de la televisión, las innovaciones en los contenidos, programas que más impactaron en el público y las mejores producciones de la televisión pública y regional. En cuanto al uso de las redes sociales, no hubo la misma estrategia de debate, aunque se realizaron preguntas tales como “¿cuál es tu opinión sobre la comedia

colombiana de antes y la de ahora?” o “¿qué te gustaría ver en nuevas producciones?”, las participaciones no produjeron discusión alrededor de la memoria histórica, ya que no hubo relación con el contenido y los ítem sociales e históricos identificados en los especiales.

Con respecto al trabajo colaborativo, de las seis experiencias revisadas (ver Anexo 6), se encuentra que las estrategias son escasas, no se convoca a la participación colectiva, la toma de decisiones o la construcción colaborativa de conocimiento. Sin embargo, hay un uso constante de medios sociales como Facebook, Youtube, Twitter e Instagram (este último en menor medida), facilitando niveles de participación en la creación de contenidos por medio de comentarios (se destaca *Oiga, Mire, Vea*, que promocionan que los usuarios compartan videos y fotografías relacionados con la historia de Cali); la divulgación de información a través de las opciones de Compartir de dichos medios y la indexación de contenidos por medio de etiquetas o hashtags. Del mismo modo, teniendo en cuenta los autores trabajados como Dillenbourg (citado en Guiza Ezkauriatza, 2012) y Román Graván (2002), no se observó la presencia de liderazgo compartido y el uso de guiones que encaminaran una discusión alrededor de las temáticas desarrolladas.

Sin embargo, otros ejercicios, ajenos a la temática de la historia de la televisión regional, han mostrado mejores resultados en el aprovechamiento de redes sociales para la gestión y recuperación de la memoria histórica, los casos analizados (véase Anexo 4) se distinguen por el uso de Facebook, aunque se acompañan de otros medios como Twitter, Youtube e Instagram, estos últimos más que todo para la divulgación y publicación de información.

En primer lugar se encuentra *Lima Antigua*, una página con más de noventa mil seguidores y diez mil imágenes, diariamente consigue participaciones que construyen un debate histórico sobre la capital peruana; la comida típica, la

arquitectura y las costumbres se convierten en el aliciente que evoca la identidad limeña reflejada en los relatos de la memoria individual de varias generaciones reunidas bajo la sintonía del afecto por la ciudad. Del mismo modo, este proyecto logra convocar a la ciudadanía alrededor de las problemáticas relacionadas con la conservación del patrimonio arquitectónico limeño, lo que se evidencia en acciones que van más allá del espacio virtual y trascienden en dar propuestas a soluciones y reconocer aquellos eventos o hechos que favorecen el rescate de la historia de Lima.

De acuerdo a su creador y administrador, Vladimir Velásquez (ver Anexo 1), *Lima Antigua* ha tenido un mayor alcance, en cuanto a participación y aumento de seguidores, desde que se encuentra en Facebook (inició en Blogger). La famosa red social, no solo le permite gestionar la información, en especial el material visual compartido, propicia compartir información, debatir sobre ella y divulgarla en otros medios.

Por otro lado, se localizaron dos grupos, *Cali viejo – Memoria fotográfica* y *Cali ayer, Cali hoy*, que al igual que la experiencia anterior, consiguen reconstruir la memoria histórica de la ciudad de Cali por medio del archivo visual fotográfico construido de forma colaborativa. Cada grupo cuentan con aproximadamente treinta mil miembros y sus archivos contienen más de cuatro mil imágenes relacionadas con los espacios, las personas y las tradiciones de la ciudad. Los grupos poseen administradores, que se encargan de dinamizar y propiciar, cuando sea necesario, la participación de los miembros.

Los niveles de participación y las estrategias de trabajo colaborativo e inteligencia colectiva que se dan en las tres experiencias, se hacen evidentes en actividades como: liderazgo compartido, debate alrededor de las temáticas que se caracterizan por tocar aspectos representativos de la

identidad cultural de los caleños, evocar la memoria heredada a partir de material visual o audiovisual antiguo, se emplean incentivos que propician la participación y los sesgos son controlados por los participantes. De estos tres espacios digitales es necesario distinguir los aspectos que dieron lugar a la constitución de una comunidad de usuarios comprometida y responsable con los objetivos colectivos, así como de aquellos que dificultan la colaboración y la inteligencia colectiva.

De este modo, Facebook es un medio social digital que permite crear distintos tipos de espacios, están los perfiles, los grupos y las páginas, cada uno de ellos tiene características especiales y funciones diferentes que se explicaran más adelante. En este caso, Lima Antigua es una página, por lo tanto admite ver la información de forma cronológica, se pueden indicar hitos o momentos clave en la biografía, lo que facilita acceder y recuperar de forma más rápida la información. En el caso de *Cali viejo – Memoria fotográfica* y *Cali ayer, Cali hoy* que están constituidos como grupos, se caracterizan por el nivel de privacidad entre cerrado (con solicitud de admisión) o abierto (sin solicitud de admisión) y por la explicitud de un objetivo común que agrupa a sus miembros y los hace partícipes colaborativos en las misiones propuestas.

De lo anterior se resalta que, Facebook facilita la organización de la información, permitiendo publicar, comentar y divulgar textos, archivos, fotografías y videos, individuales o agrupados en álbumes, concentrando de esta forma la atención de los usuarios en la información visual. Dentro de las formas de participación, se señala que los miembros de los grupos tienen la posibilidad de publicar material visual, audiovisual o textual sin pasar por ningún tipo de filtro previo, para el caso de la página cuando se desea contribuir con información, esta debe ser enviada al administrador mediante correo electrónico o por medio de un mensaje interno si la opción no se

encuentra habilitada, como en el caso de *Lima Antigua*. Se observó que el liderazgo fue compartido, los roles de los administradores no sobresalieron ante los demás, así como no se impusieron los temas a debatir, sin embargo se hace necesario distinguir por tipos de usuarios ya sea por el nivel de experticia o conocimiento con el fin de enriquecer las participaciones y evitar los sesgos informacionales.

En ese sentido y de acuerdo con lo ya expuesto del Centro de Inteligencia Colectiva del MIT acerca de las buenas estrategias para realizar argumentaciones constructivas, los sitios deben proporcionar acuerdos o reglas de participación. En los tres casos presentados no se dan este tipo de prácticas, por lo tanto, algunos usuarios publicaban información que no correspondía con los objetivos, encontrándose publicidad a otros sitios o productos, siendo esto más recurrente en el grupo abierto donde el control era menor, sin embargo en la mayoría de las ocasiones los miembros censuraban este tipo de conductas. Del mismo modo, la falta de estas orientaciones sobre la forma de publicar el material fotográfico, sobre todo en los dos grupos, derivó la desorganización temática, los álbumes fotográficos eran numerosos, carecían de descripciones y algunas fotografías no quedaban catalogadas. Finalmente, se destaca el uso de incentivos donde la motivación personal como representantes de la identidad cultural de la ciudad, es activada por el reconocimiento social de los participantes, como estímulo se descubren también los concursos, encuentros presenciales y reconocimientos externos por parte de otros grupos, organizaciones o medios de comunicación.

Por las consideraciones anteriores, la Web 2.0 y en especial los medios sociales digitales, tienen características que, aprovechadas correctamente, propician la consolidación de espacios colaborativos para la recuperación de la memoria histórica y la gestión del conocimiento colectivo. Antes de

plantear un modelo de comunicación digital para el caso específico de la memoria histórica de Telepacífico, se identificaron las experiencias previas en cuanto al uso de este tipo de herramientas para dicho fin.

Finalmente, antes de diseñar la propuesta del modelo de comunicación digital para la recuperación de la memoria histórica de Telepacífico, resulta necesario conocer el estado actual en cuanto al uso y apropiación del canal y su público, de medios sociales digitales.

## 5.2. Caracterización y uso de los medios sociales digitales empleados por Telepacífico

El canal regional Telepacífico, cuenta con varios servicios Web, con los que mantiene informados a sus televidentes, sobre la parrilla de programación, los contenidos de los programas, noticias, concursos y eventos, tantos internos como externos, que son de interés local (la ciudad de Cali) y regional (los departamentos Valle del Cauca, Cauca, Nariño y Chocó). La página Web del canal, cuenta además con información corporativa, documentación e históricos relacionados con proyectos e informes de gestión, planes de acción, licitaciones y presupuestos. Desde este sitio Web se puede acceder además, a los cuatro principales medios sociales digitales del canal presentes en: Facebook, Twitter, Youtube e Instagram. Dado que, el objetivo principal para la recuperación de la memoria histórica se centra en el uso de este tipo de plataformas, el diagnóstico sobre la forma cómo son usados por el canal de televisión, ofrece las características base sobre las cuales se sustentaron las formas de comunicación que mejor posibiliten la activación de la memoria de los televidentes. Resulta útil además, la identificación del tipo de usuarios y de las experiencias conmemorativas celebradas empleando Web 2.0.

Para la gestión de la página Web y los cuatros medios sociales digitales, Telepacífico tiene responsabilizado a un ingeniero multimedia como community manager, quien desde el año 2012 se encarga no solo de mantener actualizados estos espacios, sino además, de dinamizar la participación, medir su alcance y conseguir más seguidores y tráfico (ver Anexo 8). Dentro de las dificultades identificadas, se tiene que es insuficiente el personal encargado para esta labor, por otro lado, varias producciones tienen sus propios espacios en redes sociales, cuestión que imposibilita la administración integral de la comunicación digital del canal, dispersa la información y no es oportuno al momento de caracterizar a los usuarios. Sin embargo, como lo que se pretende es identificar las características principales de estos espacios, se presentan a continuación una breve descripción de cada uno de ellos:

Tabla 4. Medios sociales digitales del canal regional Telepacífico

Características	Medios sociales digitales de Telepacífico			
	<a href="#">Youtube</a>	<a href="#">Facebook</a>	<a href="#">Twitter</a>	<a href="#">Instagram</a>
Propósito	Ofrece a la audiencia, segmentos, capsulas y programas completos de las principales producciones del canal.	Ofrece información relacionada con la parrilla de programación, concursos, noticias y eventos. Desde la Fanpage se logra cohesionar otros medios sociales digitales como Instagram, Youtube y Twitter.	Ofrece tweets relacionados con noticias, invitaciones a concursos y eventos, datos sobre las emisiones de los programas, tales como el tema del día e invitados especiales. Por otro lado, los hashtag juegan un papel importante, ya que son asignados a	Ofrece información visual acerca de programas o producciones audiovisuales del canal, invitados especiales, presentadores y eventos.

Medios sociales digitales de Telepacífico				
Características	<a href="#">Youtube</a>	<a href="#">Facebook</a>	<a href="#">Twitter</a>	<a href="#">Instagram</a>
			las producciones más conocidas y a los temas más populares.	
Número de usuarios (julio 2015)	1.875 suscriptores	84.217 seguidores	93.698 seguidores	5.056 seguidores
Tipos de contenidos (julio 2015)	Por el tipo de servicio, el principal contenido son los videos, con un total de 297 videos públicos y 749.595 reproducciones.	La Fanpage contiene videos, fotografías (aproximadamente 87 álbumes), textos y eventos.	6.106 datos entre fotos y videos, y 27.479 tweets.	La red social tiene 383 publicaciones entre las que se encuentran videos y fotografías.
Tipos de participación	Todos los videos pueden ser comentados y compartidos por los usuarios.	Las publicaciones pueden ser comentadas, compartidas y el usuario puede además hacer publicaciones.	Los tweets pueden ser compartidos, comentados y los usuarios pueden publicar tweets.	Los seguidores pueden compartir las publicaciones, cometerlas y dar "Likes".

Ahora bien, a lo largo de la historia de Telepacífico se han desarrollado eventos conmemorativos tras cada uno de sus principales aniversarios. El más reciente se dio en julio de 2013 en sus primeros 25 años al aire, acontecimiento durante el cual, el canal realizó un despliegue de eventos de celebración, recordación de su historia e impacto en la región suroccidente del país. El evento principal se desarrolló durante una emisión en vivo, acompañado de una estrategia digital en los cuatro medios sociales del canal, con publicaciones de fotografías, programación del evento y textos con algunos datos históricos.

Del mismo modo y de manera significativa, un comunicador social que participó para producciones del canal, inició un grupo de carácter cerrado en Facebook bajo el título “Telepacífico 25 años. Allí estuvimos” que a julio de 2015 cuenta con 928 miembros, 22 álbumes y 670 fotografías aproximadamente. El objetivo de este espacio es rememorar la historia del canal por medio de fotografías que los miembros aportan desde sus álbumes personales. El material publicado (de forma colaborativa) está relacionado con actividades de las producciones del canal, presentadores, camarógrafos, personal administrativo y grabaciones en estudio y exteriores (ver Figura 2).



Figura 2. Publicación de una fotografía con el nombre de uno de los antiguos presentadores de Telepacífico. Grupo en Facebook “Telepacífico 25 años. Allí estuvimos”.

Como experiencia para la recuperación de memoria histórica, este grupo logró motivar a sus participantes con la publicación de material gráfico y la participación con comentarios y “Me gusta” en un ambiente permeado por la nostalgia, la alegría y el reencuentro, convirtiéndose así en un importante referente de memoria histórica del canal desde lo concerniente a quienes son parte de su historia. Sin embargo, el material recogido no se encuentra



Como dice el viejo adagio “Recordar es vivir”, la conmemoración de los 25 años de Telepacífico removió la fibra sentimental de sus televidentes y de toda aquella persona que tuvo algún vínculo con el canal. Durante el evento y en algunos días previos, se desarrolló conjuntamente en Facebook y Twitter una estrategia digital basada en publicaciones de fotografía, videos y etiquetas de contenido. Desde la Fanpage, el canal publicó un álbum con 76 fotografías (ver Figura 4), todas ellas sacadas del grupo “Telepacífico 25 años. Allí estuvimos”, que a pesar de ser una iniciativa no institucional se convirtió en referente de información, pues quienes estaban narrando parte de la historia eran sus propios protagonistas. Las memorias individuales, reunidas en un espacio virtual y cuyo lazo común fue el espacio laboral, académico y de formación en producción audiovisual de varias generaciones, lograron a pesar de la fragmentación propia de la memoria y de los recuerdos individuales, agruparse y reconstruir hechos de forma colaborativa, esta información compartida se constituye como conocimiento gracias a la significatividad y relevancia que cada una de estas personas tienen en relación con su paso, fugaz o no, en el canal, es la memoria colectiva puesta en acción.



Figura 4. Fanpage oficial de Telepacífico, álbum “25 años de labores, 25 años llevándote en el corazón” y comentarios de los fans.

Para el caso de Twitter, con el que se obtuvo un mayor alcance por medio del hashtag #Telepacifico25Años, los televidentes expresaron y compartieron apreciaciones, anécdotas y sentimientos sobre lo que el canal les representa. Como se observa en los tweets de la Figura 5, los seguidores hicieron uso extensivo de la etiqueta conmemorativa, hubo retweets y se marcaban como favoritos algunos mensajes. Sin embargo, las conversaciones eran pocas, es decir, los mensajes publicados eran en su mayoría unitarios, sin que se hiciera mención colectiva a eventos históricos específicos, es decir no se activaba la memoria individual, ni se generó un debate en función de la historia del canal.



Figura 5. Tweets publicados por televidentes y seguidores de Telepacífico bajo el hashtag #Telepacífico25Años.

De igual forma, otros medios que aunque oficiales no son los globales del canal, intentaron evocar el recuerdo de los televidentes. Login, uno de los programas juveniles con más alcance en las redes sociales, realizó durante su emisión en vivo y por medio de Twitter, preguntas relacionadas con la historia del canal (ver Figura 6), sin embargo no hubo mayor respuesta, los televidentes, en su mayoría jóvenes, no compartieron información relacionada con programas, presentadores o eventos que desde Telepacífico hayan marcado su historia personal. Ahora bien, los resultados no son necesariamente un indicativo de la inexistencia de una memoria sobre el canal en este público, obedece más bien a la estrategia empleada, a los pocos elementos visuales (como fotografías o videos) y textuales (nombres precisos de presentadores, programas y eventos) que dieran lugar a la recuperación de la memoria histórica del canal.



Figura 6. Tweets publicados por el programa juvenil de Telepacífico, Login, bajo el hashtag #Telepacífico25Años.

Por lo tanto, si están los medios, las posibilidades para interactuar y la comunidad agrupada ¿cómo activar los recuerdos? o ¿por qué las personas necesitan del detalle para recordar cierta información? y en este caso en particular, ¿por qué a pesar del alcance de la conmemoración de los 25 años de Telepacífico los televidentes aportaron poca información sobre su historia?. Daniel Schacter (2008), especialista en psicología y neuropsicología, relaciona los olvidos o fallos de la memoria con la metáfora de los siete pecados capitales. Están aquellos que se dan por omisión y entre ellos se encuentra el olvido por transitoriedad. Con el transcurso del tiempo aquellos recuerdos que no son refrescados o que no son utilizados, tienden a desvanecerse puesto que pierden su significatividad en el sujeto. Por otro lado, está el olvido por bloqueo, aquí la información ha sido almacenada y aprendida, por lo que la dificultad no es que se desvanezca, sino que necesita de estrategias especializadas de recuperación en las que se activen aquellas experiencias, que inevitablemente se filtran con la historia personal, y que finalmente evocarán al recuerdo. Del mismo modo, están los olvidos por comisión, Schacter (2008) se refiere al sesgo como la forma en que las evocaciones del pasado son influenciadas o incluso distorsionadas con las creencias, saberes y sentimientos del presente. Si bien el sesgo

pareciera dotar de cierta falsedad al recuerdo, pues no es posible sacar información completamente objetiva de la memoria, es sin duda aquello con lo que se le da sentido a la historia personal.

De acuerdo a lo anterior, en las estrategias relacionadas con la conmemoración de los 25 años de Telepacífico, tanto la realizada por el canal y la liderada por quienes son parte de su historia, así como todos los casos hasta aquí analizados, es posible reconocer que recuperar la memoria histórica en medios sociales digitales, va más allá de crear un espacio, enunciar datos escuetos o colgar fotografías. La memoria personal, íntimamente ligada a las vivencias, al contexto social, político y económico en el que circunscribe la persona, requiere además, comprender los aspectos neuronales relacionados con el recuerdo, los historiadores deben tener en cuenta que, si bien la memoria es precisa en muchos aspectos, también está propensa al error, por lo tanto es constructiva en la medida que, recordar no es repetir algo que ya pasó, la recuperación de la memoria puede estar sesgada por aquello que ocurre en el momento en el que se recupera: conocimiento actual, necesidades, creencias y emociones (Schacter, 2013). Por lo tanto, para iniciar el proceso de recuperación de la memoria histórica del canal, los usuarios de las redes sociales requieren elementos informativos que como en el caso de la fotografía, pueden ayudar a recordar aquellos detalles que con el tiempo quizás se hayan perdido, pero cuya esencia y significado permanece.

Los álbumes fotográficos personales y los relatos que los acompañan son elementos valiosos como archivo de la memoria, puesto que guardan y preservan fotografías, representan su significatividad para la personas, así como configuran, de forma parcial o completa, la narración que evidencia el paso del tiempo sobre los objetos, espacios o personas que en ellos se representan (Mejía Benard, 2011). En los medios sociales digitales es

posible crear álbumes, la diferencia de estos con los tradicionales impresos, es la forma de relatar su descripción, detalles como la fecha, nombres de personas, lugares pueden ser aportados de forma colaborativa. Cuando se trata de rememorar experiencias colectivas, los recuerdos compartidos logran ser más fáciles de recuperar, aquí la memoria personal y la memoria colectiva se articulan, sin embargo, el análisis de las estrategias en redes sociales de Telepacífico, muestra carencia de actividades que aprovechen la información visual, esto pudo ser por el entusiasmo generalizado y centrado en la celebración y quizás porque el objetivo principal no era reconstruir la memoria histórica. Es necesario plantear un modelo que permita aprovechar lo que ya se tiene, la comunidad de usuarios, información visual y las contribuciones de televidentes y protagonistas directos de la historia del canal.

Ahora bien, con los hallazgos encontrados hasta aquí, es necesario seleccionar y describir aquellos medios sociales digitales que por sus características permiten crear espacios colaborativos, gestionar la inteligencia colectiva y recuperar la memoria histórica. Para este mapeo, se tiene en cuenta la taxonomía propuesta por Cobo Romaní (2007), las estrategias para extraer inteligencia colectiva planteadas por CCI del MIT y sus investigadores Klein y Malone (2007), (citado por Rey, 2012), las estrategias para el trabajo colaborativo de Román Graván (2002) y Dillenbourg (citado por Guiza Ezkauriatza 2012) y las características de la memoria histórica sugeridas por Molina Rodríguez-Navas (ver Anexo 3).

### 5.3. Potencialidades de los medios sociales digitales en la recuperación de la memoria histórica

Para iniciar, se distinguen los cuatro ejes propuestos por Cobo Romaní (2007) y ya trabajados en el marco conceptual, para la clasificación de los

recursos Web 2.0: redes sociales, organización social e inteligente de la información, aplicaciones para la integración de diversos contenidos y herramientas para la generación de contenidos. La red social base del modelo de comunicación es Facebook, dada su popularidad y con el fin de aprovechar la comunidad de usuarios ya existente, esta red social propicia además, la integración de otros recursos y ha demostrado por los casos analizados que es eficaz para este tipo de estrategias. Como recursos adicionales y compatibles, se propone Twitter para la divulgación, Youtube para la publicación de material audiovisual y SoundCloud para los audios. Como resultado de la gestión del conocimiento colectivo, específicamente de la recuperación de la memoria histórica, se hace necesario recopilar los aportes de los usuarios (narraciones, fotografías, imágenes, videos) en narraciones unificadas o crónicas de acuerdo a los hitos históricos debatidos, esto sería la extracción de la inteligencia colectiva, para ello, Storify y Dipity son la mejor opción por su versatilidad y facilidad de uso.

Una segunda consideración es tomada en cuenta a partir de proyectos relacionados con web 2.0 y memoria histórica del investigador e historiador Molina Rodríguez-Navas (2007, 2009, 2010, 2012), quien ha dedicado algunas de sus investigaciones a la relación entre la comunicación, la memoria histórica y la Web social, introduciendo el concepto de *memorialismo digital*, como la posibilidad de gestionar la memoria y construirla colaborativamente por medio de herramientas y sistemas digitales y con la participación de personas e instituciones. Para la selección de las plataformas Web 2.0, se tienen en cuenta los criterios planteados por el autor en cuanto a las potencialidades de estas para el propósito memorialístico, teniendo que: los medios como las páginas Web, blogs, foros y canales conforman entre sí, redes que se apoyan y comentan constantemente conformando comunidades que trascienden del espacio virtual al real; a diferencia de otros espacios en Internet, los usuarios dan importancia al

reducido uso de pseudónimos ya que este aspecto permite resaltar su deseo de reconocimiento en el diálogo social; las formas de colaboración van desde el aporte de fotografías, narración de historias personales e integración de conocimientos individuales a saberes colectivos.

Del mismo modo se distingue, que si bien para Molina Rodríguez-Navas (ver Anexo 3), una estrategia de recuperación de memoria histórica debería estar, preferiblemente, diseñada en una plataforma o espacio inédito que genere nuevas posibilidades interactivas, se considera que para el tipo de medio (televisión) y público (usuarios habituados al uso de redes sociales) al que está dirigido este proyecto de investigación, resulta más enriquecedor emplear la Web 2.0, con fin de aprovechar las comunidades virtuales ya existentes y las experiencias previas de trabajo colaborativo entre estas. Por otro lado, esta propuesta se convierte en pionera en esta necesidad en particular.

De acuerdo a todo lo anterior, se describen a continuación (ver Tabla 5) las características principales de cada una de las plataformas y cómo estas favorecen el trabajo colaborativo y la inteligencia colectiva en cuanto al tipo de participación que admiten. Es importante resaltar que la selección de estos medios es también producto de la sistematización de experiencias sobre la recuperación de la memoria histórica analizadas en las secciones 5.1 y 5.2 de este apartado.

Tabla 5. Funciones, características y niveles de participación de medios sociales digitales.

Medios sociales digitales		Función y/o características	Niveles de participación
Redes sociales	Facebook	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Plataforma base para la recuperación colaborativa de la memoria histórica de Telepacífico. En este espacio se integraran los usuarios de la página oficial del canal y los pertenecientes al grupo <i>Telepacífico 25 años. Allí estuvimos</i>.</li> <li>- El espacio será tipo página, ya que en este se puede asignar roles, moderar las participaciones y organizar la información por medio de hitos.</li> <li>- Permitirá etiquetar e indexar por medio de hashtags las publicaciones.</li> <li>- Facilita organizar la información visual por medio de álbumes e hitos.</li> <li>- Mostrar la información de forma cronológica.</li> <li>- Deberá publicarse al menos dos veces al día, información relacionada con alguno de los hitos.</li> </ul>	<p>Para la expresión y la comunicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comentarios y valoración (por medio de la opción <i>Me gusta</i>) a las publicaciones.</li> <li>- Debates alrededor de los hitos.</li> <li>- Consulta a expertos.</li> <li>- Sistema de votación y encuestas.</li> </ul> <p>Para la generación de contenido:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Publicaciones de fotografías, videos, archivos de texto o sonido.</li> </ul> <p>Para la divulgación de contenido:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Compartir las publicaciones propias o de otros usuarios.</li> <li>- Indexar contenido.</li> <li>- Marcar publicaciones.</li> </ul>
	Twitter	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Difundir el contenido de la página.</li> <li>- Etiquetar e indexar publicaciones por medio de hashtags, se integrará con Facebook.</li> </ul>	<p>Divulgación de contenido:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Compartir las publicaciones propias o de otros usuarios (Retweets).</li> <li>- Indexar contenido.</li> <li>- Marcar publicaciones.</li> </ul>

Medios sociales digitales		Función y/o características	Niveles de participación
Generación de contenido	Youtube	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Publicar propio contenido audiovisual relacionado con los hitos históricos.</li> <li>- Compartir videos publicados por otros.</li> <li>- Crear listas de reproducción de videos organizados de acuerdo a los hitos históricos.</li> <li>- Se integra con Facebook, Twitter, Storify y Dipity.</li> </ul>	<p>Para la expresión y la comunicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comentarios y valoración (por medio de la opción <i>Me gusta</i>) a las publicaciones.</li> </ul> <p>Para la generación de contenido:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Publicación de videos propios.</li> </ul> <p>Para la divulgación de contenido:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Compartir las publicaciones propias o de otros usuarios.</li> </ul>
	SoundCloud	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Publicar contenido sonoro propio relacionado con los hitos históricos.</li> <li>- Se puede integrar en Facebook y Twitter.</li> <li>- Compartir contenidos publicados por otros.</li> <li>- Etiquetar e indexar publicaciones por medio de hashtags.</li> </ul>	<p>Para la expresión y la comunicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comentarios y valoración a las publicaciones.</li> </ul> <p>Para la generación de contenido:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Publicación de sonidos propios.</li> </ul> <p>Para la divulgación de contenido:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Compartir las publicaciones propias o de otros usuarios.</li> <li>- Indexar contenido por medio de hashtags.</li> </ul>
Organización social e inteligente de la información	Storify	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Facilitar la extracción de la inteligencia colectiva, por medio de relatos reconstruidos con las publicaciones y aportes realizados por los seguidores del canal Telepacífico en Facebook, Twitter y Youtube.</li> <li>- Agrupar diversos tipos de contenidos, así como algunos de los comentarios realizados sobre estos en redes sociales</li> </ul>	<p>Para la expresión y la comunicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comentarios y valoración a las crónicas o relatos.</li> </ul> <p>Para la divulgación de contenido:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Compartir las crónicas o relatos originados del trabajo colaborativo alrededor del impacto cultural y social del canal Telepacífico.</li> </ul>

Medios sociales digitales		Función y/o características	Niveles de participación
		como Facebook y Twitter. - Facilitar la organización de los relatos individuales y colectivos por hitos históricos.	
	Dipity	- Organizar la información en forma de línea de tiempo, es decir cronológicamente. - Se integra con Facebook, Twitter y Facebook, haciendo interactivas las líneas de tiempo. - Facilitar la construcción colaborativa del contenido de las líneas de tiempo, retomando aquella información significativa. - Agrupar diversos tipos de contenidos como videos, ubicaciones en Google Maps, fotografías o información visual como gráficas, memes, entre otros.	Para la expresión y la comunicación: - Comentarios y valoración a las líneas de tiempo.  Para la divulgación de contenido: - Compartir las líneas de tiempo en redes sociales.

#### 5.4. Propuesta de un modelo de comunicación digital para la recuperación de la memoria histórica del canal regional Telepacífico

Hasta aquí, los hallazgos en las entrevistas y la sistematización de experiencias, han permitido describir y esquematizar las características de los medios sociales digitales y sus potencialidades para la recuperación de la memoria histórica de forma colaborativa. En ese sentido, el canal regional Telepacífico y sus televidentes (usuarios de redes sociales como Facebook y Twitter) han tendido acercamientos a este tipo de estrategias, pero desde una perspectiva conmemorativa. Por ello, resulta imprescindible formular una ruta que integre los procesos comunicativos propios de los espacios virtuales, los medios sociales digitales, los tipos de usuarios y sus responsabilidades dentro de modelo, así como, las estrategias para el trabajo colaborativo y la inteligencia colectiva.

Por consiguiente, ¿cómo estas plataformas se integrarían bajo estrategias de trabajo colaborativo e inteligencia colectiva con el fin de recuperar la memoria histórica de Telepacífico?. Para ello, se constituye un *ecosistema digital* (ver Figura 6), que orienta las relaciones entre los elementos constitutivos del modelo, así como, una serie de tres fases, que se describen a continuación y cuyo fin es establecer las dinámicas de recuperación de la memoria histórica de acuerdo a las funciones y niveles de participación de los seis medios sociales digitales y los roles asignados a los participantes.

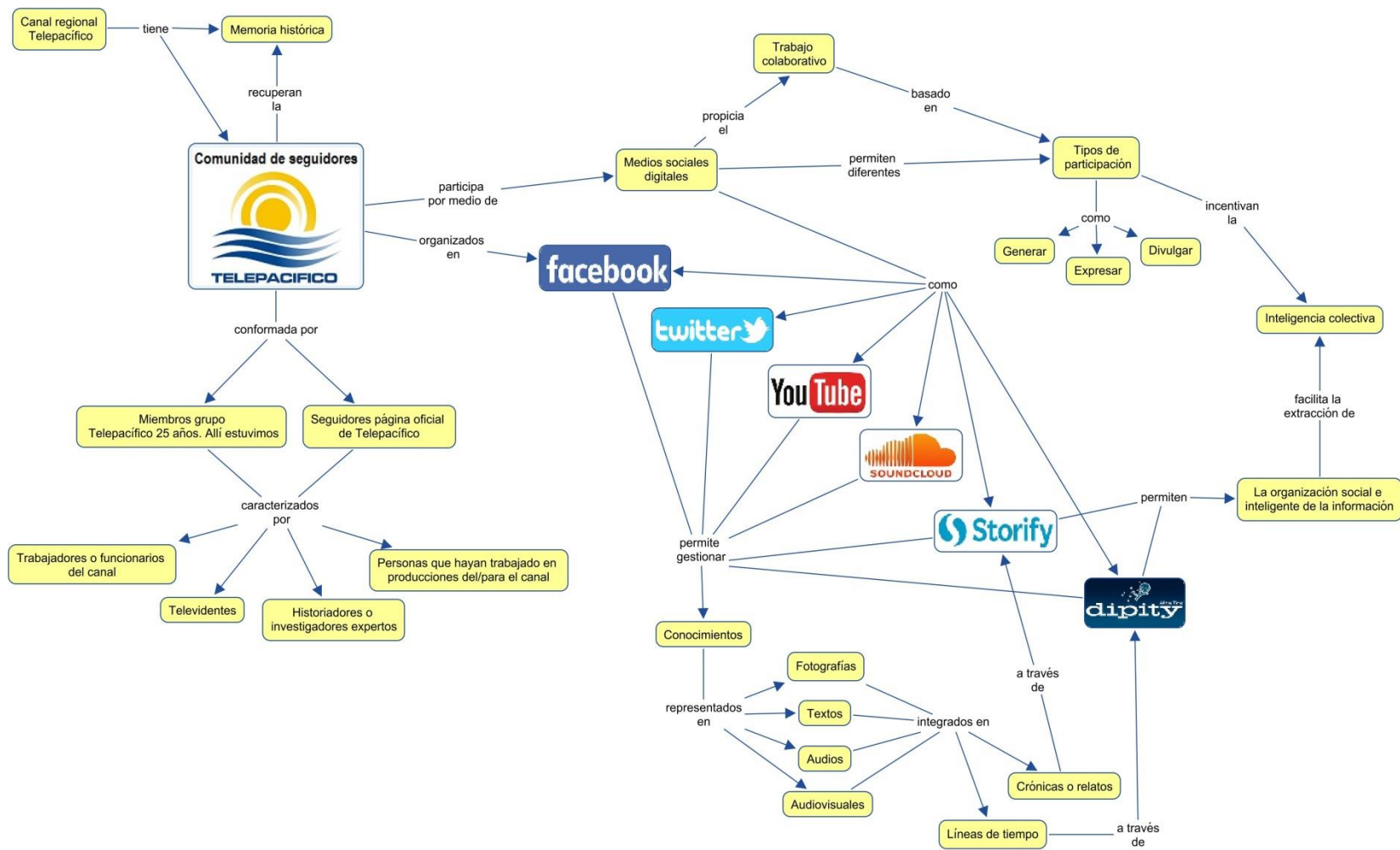


Figura 6. Mapa conceptual modelo de comunicación digital para la recuperación de la memoria histórica de Telepacífico.

#### 5.4.1. Fase 1. Constitución de la comunidad de seguidores y establecimiento de las dinámicas de participación.

Dado que Facebook es la plataforma base seleccionada para la comunicación e intercambio de información dentro del modelo, el espacio que se propone crear es el tipo página. A diferencia de los grupos, las páginas tienen la característica de llevar un timeline o biografía que muestra cronológicamente la participación en el sitio, por lo que se accede de forma rápida a fechas, años o hitos, principalmente pretende ser un club de fans, por ello no limita el número de seguidores. Este tipo de espacio puede configurarse para que los participantes publiquen, compartan y etiqueten información, por lo que se hace necesario establecer roles y reglas que encaucen el trabajo colaborativo.

Las páginas de Facebook dan la posibilidad de establecer seis roles. Para cada uno de estos se indican funciones específicas. Para la propuesta aquí planteada, el (los) *administrador(es)*, establecerá los tipos de perfiles que serán asignados para los demás roles, seleccionándolos de acuerdo con el nivel de conocimiento como televidentes, historiadores o investigadores, y personas o profesionales que estuvieron o están vinculados con el canal. Tendrá también como responsabilidad, asignar los hitos en aquellas publicaciones relevantes para la historia del canal. En cuanto a los *seguidores* o fans como se les llamaba anteriormente, corresponderán a cada uno de los perfiles que pueden seguir, publicar, comentar y etiquetar contenidos en la página. En relación con el resto de funciones, Facebook indica las siguientes:

Tabla 6. Roles y tareas de los participantes para páginas de Facebook

Tareas\Roles	Administrador	Editor	Moderador	Anunciante	Analista
Administrar roles y la configuración de la página	✓				
Editar la página y agregar aplicaciones	✓	✓			
Crear y eliminar publicaciones en nombre	✓	✓			
Enviar mensajes en nombre de la página	✓	✓	✓		
Responder y eliminar comentarios y publicaciones de la página	✓	✓	✓		
Eliminar personas y prohibir su acceso a la página	✓	✓	✓		
Crear anuncios	✓	✓	✓	✓	
Ver estadísticas	✓	✓	✓	✓	✓
Ver quién publicó en nombre de la página	✓	✓	✓	✓	✓

Nota. Fuente: Facebook, (s.f.). Servicio de ayuda de Facebook. Roles de página. Recuperado de <https://www.facebook.com/help/289207354498410>

Para establecer las dinámicas de participación (descritas en la Tabla 5), la página deberá ofrecer las pautas de publicación, esto es, la netiqueta o normas de comportamiento en línea, así como las formas de compartir información. Su claridad y adecuado uso, facilitará la autorregulación y disminuirá la aparición de posibles sesgos informacionales, sociales o polarizaciones propias de este tipo de espacios, ampliamente estudiados por el CCI del MIT como obstaculizadores en los procesos de inteligencia colectiva ya señalados anteriormente en el documento. Del mismo modo, se tienen en cuenta las buenas prácticas detectadas en el análisis de experiencias relacionadas con recuperación de memoria histórica en medios sociales digitales. Por lo tanto, se propone el siguiente conjunto de reglas:

- Todos los miembros de la comunidad harán un uso adecuado de la página, respetando las opiniones personales y asegurando un trato cordial por el otro al momento de intervenir con aclaraciones o posturas contrarias.
- No se recomienda el uso de mayúsculas en la publicaciones, estas tienen la connotación de “grito”, abstenerse de esta práctica.
- Procure publicar o compartir información que esté relacionada con el tema de debate. Queda prohibida la divulgación de publicidad, propaganda o mensajes que atente con los objetivos de la comunidad o con la integridad personal.
- Los participantes que publiquen mensajes provocadores, insultantes o fuera de contexto serán bloqueados de la página.
- No comente u opine siguiendo lo que la mayoría dice, procure analizar la información debatida y fórmese una postura propia si está en desacuerdo.
- Procure realizar aportes que enriquezcan el debate, esto puede ser por medio de preguntas con las que se quiera ampliar o aclarar la información o publicando datos nuevos que lo complementen.
- Cuando el debate haga referencia a valores culturales, políticos o sociales, procure no radicalizar o ideologizar en exceso su postura, tenga en cuenta datos, evidencias o razonamientos que le permitan argumentar su posición.
- Cuando publique material visual (videos, fotografías, ilustraciones u otros), procure tener en cuenta si está protegido con derechos de autor.
- Para garantizar el cumplimiento del respeto a la propiedad intelectual de los recursos compartidos o publicados en la página, revise los convenios con el canal, productoras o instituciones relacionadas con el proyecto. De no estar seguro, pregunte a los administradores antes de publicar cualquier tipo de información visual.

- Al publicar material visual, dé al menos una descripción mínima con aquella información que conozca, de no saberla, haga preguntas que motiven a los demás seguidores a aportar datos sobre el material exhibido.
- Cuando publique fotografías, procure ubicarlas en un álbum, sino no existe uno relacionado con el contenido, proponga al(los) administrador(es) la creación de un nuevo hito.
- Procure emplear las etiquetas (o hashtags) que mejor identifiquen su publicación, se recomienda usar las ya existentes en la página.

En esta primera fase, se establecerá un tiempo de adaptación al espacio de mínimo tres semanas, con el fin de facilitar a los participantes el conocimiento y apropiación de las dinámicas de participación y del objetivo del sitio. Dado que a lo largo de la experiencia se darán nuevos ingresos de usuarios, los administradores tendrán como responsabilidad realizar una inducción al sitio y dar a conocer las pautas de participación. Del mismo modo, durante la estrategia de divulgación se realizarán actividades que den a conocer dichas pautas.

#### 5.4.2. Fase 2. Narración colaborativa de la memoria histórica de Telepacífico.

Una vez establecido el espacio y las pautas de trabajo colaborativo y los medios sociales digitales y sus funciones, conviene indicar qué es lo que se desea recuperar de la historia de Telepacífico. Por la naturaleza del proyecto, el modelo de comunicación recurre a las memorias individuales y colectivas narradas desde los espacios digitales. Sin embargo, como ya se mencionó, la memoria tiene sus fallos, el olvido es inevitable y es necesario emplear estrategias para activar el recuerdo. Institucionalmente, el canal ha relatado

su historia, pero en este ejercicio, el objetivo es que se narre desde la perspectiva colectiva, incluyendo al televidente, al historiador, al investigador, y por su puesto, al canal desde quienes fueron o son parte de él.

Bajo el anterior planteamiento se propone contar la historia del canal desde el impacto social, cultural y político en la región, que ha tenido su contenido programático a lo largo de 27 años de existencia. Este planteamiento se deriva también, de la estrecha relación entre la memoria histórica y la vida personal en todos sus aspectos, entendiéndose que la memoria es también hereda, por lo tanto en ella influyen todas las características del entorno familiar, social y político que a su vez se alimenta de los conocimientos que van surgiendo de cada nueva generación. La memoria histórica, hace parte no solo de la identidad, sino también de las configuraciones sociales y culturales de la sociedad.

Para ello, el eje articulador y activador del recuerdo, serán aquellos contenidos o producciones audiovisuales regionales que han dejado huella y dan cuenta de la triada temática. Por lo tanto, se considera que es la comunidad de usuarios participes de la página de Facebook, quienes a partir de sus percepciones como ciudadanos y de sus saberes como expertos (acción que además, evitará que las narraciones queden en lo anecdótico), reconozcan desde su historia personal, experiencias previas en otros espacios digitales relacionados con el canal o por su trayectoria investigativa, aquellos contenidos que se destacan o destacaron en ese sentido.

Por consiguiente, en esta etapa los seguidores expertos con rol de administrador, propondrán y presentarán previamente en la biografía de la página, nombres y descripciones de programas considerados influyentes por su contenido. En un periodo de tiempo de mínimo dos meses, estas propuestas serán elevadas a hitos dentro de la página, de acuerdo al

impacto y notoriedad en las narraciones y participaciones de los seguidores en Facebook, Twitter, Youtube y SoundCloud.

Para finalizar, se proponen a continuación algunas actividades que permiten propiciar la recuperación de la memoria histórica y que podrán ser aplicadas a lo largo de la experiencia:

- Relatos de historia de vida: de acuerdo a los hitos históricos, se seleccionarán personajes representativos en la historia del canal, con el fin de construir colaborativamente su biografía. Esta estrategia permitirá además, relacionar temáticas y propiciará la inteligencia colectiva.
- Preguntas generadoras: permiten la activación de recuerdos, los administradores y moderadores, podrán publicar preguntas y frases, lo suficientemente claras, que evoquen en los participantes aquellos conocimientos y recuerdos sobre el tema en cuestión. Estas preguntas harán parte de los guiones preestablecidos que, expertos en Telepacífico (historiadores, investigadores y conocedores de la historia del canal), deberán diseñar antes de poner en marcha el proyecto.
- Líneas de tiempo: dado que una de las herramientas propuesta en este modelo es Dipity y que una de las características de las páginas de Facebook es la inserción de hitos en forma cronológica, la narraciones basadas en el eje temporal, permitirán organizar la información e identificar aquellos hechos con más resonancia dentro del grupo de participantes. Las líneas elaboradas constituirán más adelante la cohesión de los relatos.
- Material visual o sonoro para el recuerdo: una forma efectiva de activar recuerdos es proporcionar imágenes (fotografías, videos o ilustraciones) que por contenido muevan la emotividad de las personas. En este caso,

fragmentos de los programas más populares del canal, comerciales y fotografías de presentadores y personajes importantes en la historia del canal, podrán ser un incentivo para generar participación.

#### 5.4.3. Fase 3. Curaduría de contenidos y cohesión de relatos.

Hasta aquí, la memoria histórica del canal Telepacífico se halla entre hitos históricos, etiquetas, relatos, fotografías, videos y sonidos, integrada en cuatro medios sociales digitales, pero dispersa como relato. Aunque la etiquetación permite agrupar las intervenciones por temas y la biografía de la página resalta los contenidos más importantes por medio de hitos, este ejercicio de recuperación de la memoria histórica del canal, requiere un producto accesible, compacto y de fácil lectura, tanto para los participantes como para la comunidad externa, en el que se cohesionen en un único relato, los aportes, participaciones y hallazgos de la Fase 2. Para tal fin, se propone la curaduría de contenidos por medio de Storify y Dipity.

Storify es una plataforma diseñada para la organización social e inteligente de la información, en ella, la narrativa colaborativa adquiere su mayor alcance al reagrupar los relatos personales y colectivos en un nuevo conocimiento, esto es la denominada extracción de inteligencia colectiva. Los seguidores con rol de Editor y Moderador, estarán encargados de organizar y filtrar los aportes y las indexaciones (o etiquetas) realizadas en los cuatro medios sociales base del modelo, para ello, tendrán en cuenta las publicaciones con mayor impacto, esto es por el número de veces compartida, los “Me gusta” y la cantidad de comentarios recibidos, por otro lado, relacionarán esta información con los hitos establecidos por los Administradores.

En segundo lugar se encuentra Dipity. A diferencia de la anterior, esta plataforma integra pocos medios, sin embargo, su potencial se encuentra en la característica de narrar eventos históricos en formato multimedia y cronológico, integrar mapas (Google maps) y permitir comentarios desde redes sociales como Facebook y Twitter. Estas líneas de tiempo visuales, facilitan la lectura de los hitos históricos, pues por su interactividad los miembros de la comunidad podrán desplazarse por cada uno de los eventos y tener una visión organizada y lógica de los relatos. Por otra parte, serían complementarias a los relatos en Storify, que al igual que estos, recopilarían los conocimientos construidos colaborativamente, concretando así, los resultados de la recuperación de la memoria histórica del canal.

Durante todo el proceso, que además será continuo en cuanto a la posibilidad abierta de realizar aportes que alimenten y retroalimenten los hallazgos históricos y los productos de la curaduría de contenidos, es conveniente que se realice gestión y monitoreo constante sobre el flujo de información de las redes sociales. Para ello se propone la herramienta Web Hootsuite ([hootsuite.com/es/](https://hootsuite.com/es/)), cuyas características permiten administrar las publicaciones, desde programar mensajes y seguir publicaciones, obtener informes analíticos con las estadísticas básicas (versión gratuita) de la valoración de post diarios, los “Me gusta” diarios y snapshots con el resumen de la actividad de la red social. La información aquí obtenida, facilitará detectar la rutina de la comunidad e idear estrategias de publicación y participación que generen un mayor alcance.

Finalmente, para la ejecución de estas tres fases se presenta a continuación una estrategia de posicionamiento de la propuesta de recuperación de la memoria histórica del canal regional Telepacífico (ver Tabla 7). Las actividades aquí descritas, buscan la ejecución de la propuesta y la organización de los responsables.

Tabla 7. Estrategia de divulgación del Modelo de Comunicación digital para recuperación de memoria histórica del canal regional Telepacífico

Objetivo: posicionar la apropiación y la participación en medios sociales digitales por parte de los usuarios primarios y secundarios, como una alternativa para recuperación de memoria histórica del Canal regional Telepacífico

Usuarios primarios	Usuarios secundarios	Objetivos específicos de la estrategia de posicionamiento	Actividades	Responsables
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunidad académica interesada en la historia de la televisión regional en Colombia y de manera específica, en la región Pacífico: docentes, investigadores e historiadores</li> <li>- Comunidad de usuarios del grupo “25 años, ahí estuvimos”</li> <li>- Comunidad de usuarios de las redes sociales del canal: televidentes usuarios de estos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Televidentes que tengan una alfabetización digital en el uso de redes sociales, pero que no hacen parte de los medios oficiales ya existente</li> <li>- Docentes de colegio y universidades interesados la historia de la televisión regional</li> <li>- Otros canales regionales y canales de</li> </ul>	<p>Convocar la participación de los usuarios en los medios sociales digitales que se articulan alrededor de la recuperación de la memoria histórica del canal Telepacífico. (Fase 1 del modelo)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Publicar en los sitios oficiales de Telepacífico en Facebook y Twitter con hashtag evocativos, relacionados con los hitos históricos del canal.</li> <li>- Realizar y publicar cápsulas audiovisuales (en Youtube, Facebook y como pauta en los programas con mayor audiencia como Login y el noticiero) para generar expectativa e invitar a la participación. Este material audiovisual utilizará preguntas generadoras y presentará fragmentos de los contenidos audiovisuales más representativos de la historia del canal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Equipo de community manager</li> <li>- Equipo de community manager, realizadores audiovisuales y productores de los programas en los que se emitirán las cápsulas</li> </ul>

Usuarios primarios	Usuarios secundarios	Objetivos específicos de la estrategia de posicionamiento	Actividades	Responsables
<p>medios</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Personas que en la línea histórica de existencia del canal, ha hecho o hace parte de este y han generado comunidades virtuales alrededor del canal</li> <li>- Canal regional Telepacífico: funcionarios en general y de manera especial, los relacionados con la gestión de archivo y la videoteca</li> </ul>	<p>interés público</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseñar y presentar pauta publicitaria con flyers animados en los programas que tienen mayor audiencia en el canal, con el fin de invitar a participar en la propuesta y en los medios sociales digitales Facebook y Twitter.</li> <li>- Divulgación de cartillas digitales de participación con las pautas para el trabajo colaborativo y formas de publicar, comentar y divulgar contenido.</li> <li>- Envío de cartas de invitación para participar en la propuesta a los investigadores y funcionarios del canal e historiadores que tienen reconocimiento por su aporte y estudio constante de la historia del canal Telepacífico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseñador, equipo de community manager y encargados de la programación en el canal</li> <li>- Equipo de community manager</li> <li>- Equipo coordinador del proyecto</li> </ul>
		<p>Motivar el trabajo colaborativo, la</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Publicar fotografías, fragmentos de video</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Equipo de administradores de</li> </ul>

Usuarios primarios	Usuarios secundarios	Objetivos específicos de la estrategia de posicionamiento	Actividades	Responsables
		<p>producción y divulgación de contenidos, entre los usuarios de los medios sociales digitales que se articulan alrededor de la recuperación de la memoria histórica del canal Telepacífico. (Fase 2 del modelo).</p>	<p>relacionados con programas, comerciales o contenido audiovisual relevante en la historia del canal.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Propiciar las actitudes y valores relacionados con el respeto y la colaboración, proporcionando un ambiente seguro y de constante retroalimentación ante las dificultades que se presente durante la experiencia.</li> <li>- Promocionar y conferir incentivos a partir del reconocimiento dentro de los medios sociales digitales y fuera de ellos, a las personas que realizan aportes significativos dentro de la experiencia.</li> <li>- Asegurar que cada rol conozca sus funciones y cumpla con sus responsabilidades</li> </ul>	<p>la página.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grupo de administradores y relatores de la página</li> <li>- Grupo coordinador del proyecto y administradores de la página</li> <li>- Administradores de la página y moderadores</li> </ul>

Usuarios primarios	Usuarios secundarios	Objetivos específicos de la estrategia de posicionamiento	Actividades	Responsables
		<p>Definir y dar a conocer las políticas de derechos de autor de los contenidos que circulan en los medios sociales digitales que se articulan alrededor de la recuperación de la memoria histórica del canal Telepacífico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Establecer el tipo de licencia que cubrirá el uso de recursos visuales como videos, fotografías e ilustraciones, así como de los formatos en audio.</li> <li>- Diseñar formatos para establecer los convenios interinstitucionales entre universidades interesadas en participar en el proyecto, dueños o responsables de archivos audiovisuales relacionados con productoras externas al canal y con Telepacífico, para el uso de recursos y contenidos que hacen parte de su patrimonio fílmico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Coordinadores del proyecto y experto en derechos de autor</li> <li>- Coordinadores del proyecto y experto en derechos de autor</li> </ul>

## 6. CONCLUSIONES

La narración de hechos importantes que intentan explicar el pasado, representa el pilar de la Historia, sin embargo, esas explicaciones suelen estar influenciadas por la percepción que se tiene del presente, por las instituciones que dominan el poder o por los profesionales especializados que la encierran en los clásicos paradigmas, proporcionando con ello una visión general, que desatiende las historias individuales, las voces de las minorías o las percepciones personales con las que se relatan los acontecimientos.

Con los medios sociales digitales, espacios diseñados para formar redes y compartir conocimientos, este tipo de prácticas de narrar la historia sesgada por la institucionalidad comienzan a dar un vuelco. La Web 2.0 ha permitido la constitución de comunidades, que por iniciativa propia deciden evocar su memoria individual y colectiva, y relatar hechos históricos que marcaron de alguna manera su vida. En ese sentido, la historia de la televisión regional del suroccidente colombiano, empieza tímidamente a narrarse desde las redes sociales como Facebook, por aquellos que están o estuvieron involucrados con las producciones del canal Telepacífico.

Sin embargo, es necesario que se construya colaborativamente, aquellos hitos históricos que representan el impacto que los contenidos de la televisión regional ha dejado en la sociedad, implementado estrategias en las que se active la memoria y se disminuyan los sesgos, y así de forma conjunta, investigadores, historiados y ciudadanos entren en diálogo, compartan experiencias y construyan el conocimiento. En ese sentido, se descubre por las experiencias exitosas y sus diversas posibilidades, cómo Facebook permite integrar otros medios sociales digitales como Twitter, Youtube y SoundCloud, al facilitar la estructuración de un sistema de trabajo

colaborativo para la generación, publicación, divulgación, indexación e integración de información.

Por consiguiente, el intercambio de saberes desde los relatos individuales, dejan de lado el halo anecdótico, todos los conocimientos son válidos y el ambiente social digital propicia los elementos necesarios para diseñar estrategias basadas en inteligencia colectiva. Los distintos tipos de información con los que se puede narrar la memoria, son posibles aquí: la fotografía, los videos, los comentarios y las etiquetas no son indiferentes a las dinámicas de participación de las comunidades de seguidores ya establecidas.

Este conjunto de relatos y conocimientos compartidos deben cohesionarse en un solo relato, divulgable y de fácil entendimiento dentro de la comunidad digital y fuera de ella. Es así como, la curaduría de contenidos se destaca como estrategia para extraer la inteligencia colectiva presente en las diversas plataformas, incentivando la participación por medio del reconocimiento individual y grupal. El modelo de comunicación digital propuesto aquí, es entonces una apuesta que faltaría poner en marcha, principalmente dentro de una iniciativa interinstitucional, con la participación de Telepacífico, universidades, comunidades digitales existentes, entes estatales y organizaciones sociales de la región.

Sin embargo, implementar una estrategia de este tipo tiene sus bemoles. Aunque Telepacífico cuenta con una gran videoteca, algunas productoras externas que fueron importantes en los inicios del canal, han desaparecido o se desconoce el estado físico actual de conservación de sus archivos. Tal aspecto, ha hecho que el archivo audiovisual tenga algunas carencias de material de suma importancia para su historia, así como, de algunas regulaciones frente a los derechos del canal en cuanto al uso de este tipo de información. Por ello, es necesario realizar convenios interinstitucionales que

permitan la recuperación de este patrimonio, del mismo modo, establecer las políticas de uso y de derechos de autor.

En ese mismo sentido, es necesario, para llevar a cabo esta propuesta, buscar apoyo de organizaciones dedicadas a la recuperación de la memoria histórica, bien sea de carácter nacional o internacional, puesto que desarrollar cada fase, requiere un equipo de trabajo humano y recursos técnicos, sin los cuales es imposible ejecutar lo planteado.

Para finalizar, la memoria histórica presente en la personas, en sus formas de vida y sus diferencias marcadas por el lugar de donde provienen, es recuperable desde las formas de comunicación dadas en las redes sociales digitales. Esta posibilidad confiere a cualquier estrategia de recuperación, una gama de posibilidades de participación plural, basadas en los conocimientos que desde la colectividad se construyen alrededor de los medios de comunicación, en este caso de la televisión regional, pero desde una nueva perspectiva histórica en la que los relatos se unen para darle voz al pasado en el presente.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abella, A. (2010, Septiembre 24). Las fotos de “Fem memòria” llegan al Arxiu Nacional - Cultura y espectáculos. *El Periódico*. Barcelona. Retrieved de <http://www.elperiodico.com/es/noticias/cultura-y-espectaculos/20100924/las-fotos-fem-memoria-llegan-arxiu-nacional/495769.shtml>
- Agudelo Benjumea, M. (s.f.). Los metadatos. Gestión de Contenidos de Educación Virtual de Calidad. Ministerio de Educación Nacional de Colombia en asocio con la Universidad de Antioquia. Recuperado de [http://aprendeenlinea.udea.edu.co/lms/men/docsoac3/0301\\_metadatos.pdf](http://aprendeenlinea.udea.edu.co/lms/men/docsoac3/0301_metadatos.pdf)
- Aróstegui, J. (2004). Memoria, memoria histórica e historiografía: precisión conceptual y uso por el historiador. *Pasado Y Memoria: Revista de Historia Contemporánea*, (3), 15–36.
- Barbosa, M. (2001). Medios de comunicación y conmemoraciones. Estrategias de reactualización y construcción de la memoria. *Signo y Pensamiento*, 20(39), 104–112.
- Calero, S., Rodríguez, S., Trujillo, D., Urdinola, F., Caldas, M., & Zuluaga, M. (2006). *Cartografía cultural del campo de la televisión en Cali (1987-2003)*. Cali: Universidad Autónoma de Occidente.
- Canal Caicedo, M. (2011). *Reconstrucción de la memoria histórica de mujeres en la fase de atención y orientación a población desplazada* (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Colombia. Recuperado de <http://www.bdigital.unal.edu.co/4446/1/458566.2011.pdf>
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- CCTI, & Fedesarrollo. (2013). *Informe trimestral TIC. El sector TIC: la nueva locomotora de la economía colombiana*. Bogotá. Recuperado de <http://www.ccit.org.co/index.php/alianzas-estrategicas/fedesarrollo>

- Centro Nacional de Memoria Histórica. (2014a). ¿Qué son las Alfabetizaciones Digitales? Recuperado Noviembre 22, 2014, de <http://www.centrodememoriahistorica.gov.co/alfabetizaciones/index.php/el-proyecto>
- Centro Nacional de Memoria Histórica. (2014b, Junio 10). Para que nuestra memoria se extienda por la Red. Recuperado Noviembre 23, 2014, de <http://www.centrodememoriahistorica.gov.co/noticias/noticias-cmh/para-que-nuestra-memoria-se-extienda-por-la-red>
- Cobo, C. (2005). La Web 2.0 como motor para el desarrollo de las Ciencias Sociales. Presented at the Segundo Congreso Latinoamericano y Caribeño de Ciencias Sociales. FLACSO. Recuperado de [http://www.cepazahar.org/recursos/pluginfile.php/7724/mod\\_resource/content/0/Cristobal\\_Cobo.pdf](http://www.cepazahar.org/recursos/pluginfile.php/7724/mod_resource/content/0/Cristobal_Cobo.pdf)
- Cobo Romaní, C. (2007). Mapa de aplicaciones. Una taxonomía comentada. In *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food* (p. 158). Barcelona / México DF: Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México. Recuperado de <http://www.planetaweb2.net/>
- Comisión Nacional de Reparación y Reconciliación (Colombia). (2009). Recordar y narrar el conflicto. Herramientas para reconstruir memoria histórica. Recuperado Noviembre 27, 2014, de [http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/memoria-historica-cnrrr/recordar\\_y\\_narrar.html](http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/memoria-historica-cnrrr/recordar_y_narrar.html)
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2013, Abril). Indicadores Básicos de Tecnologías de Información y Comunicación - TIC para Colombia 2012. Tenencia y uso de TIC en Hogares y por Personas de 5 y más años de edad. Recuperado de [http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/tic/bol\\_tic\\_2012.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/tic/bol_tic_2012.pdf)

- División de la Sociedad de la Información UNESCO. (2002). Memoria del mundo. Directrices para la salvaguardia del patrimonio documental. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001256/125637s.pdf>
- Erice Sebares, F. (2008). Memoria histórica y deber de memoria: las dimensiones mundanas de un debate académico. *Entelequia. Revista Interdisciplinar*, 77–96.
- Facebook. (s.f.). Servicio de ayuda. Roles de página. Recuperado Octubre 26, 2015, de <https://www.facebook.com/help/289207354498410>
- Ferrés, J., & Piscitelli, A. (2012). La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Comunicar*, 19(38), 75–82. <http://doi.org/10.3916/C38-2012-02-08>
- Fuentes Navarro, R. (2001). Exploraciones teórico-metodológicas para la investigación sociocultural de los usos de Internet. En *Comunicación, campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas*. (pp. 229–245). Jalisco: ITESO. Recuperado de <http://ccdoc.iteso.mx/cat.aspx?cmn=browse&id=2625>
- Fumero, A., Roca, G., & Saéz Vaca, F. (2007). *Web 2.0*. España: Fundación Orange. Recuperado de [http://fundacionorange.es/areas/25\\_publicaciones/WEB\\_DEF\\_COMPLETO.pdf](http://fundacionorange.es/areas/25_publicaciones/WEB_DEF_COMPLETO.pdf)
- Fundación patrimonio fílmico colombiano. (s.f.). Archivo del Patrimonio Fotográfico y Fílmico del Valle del Cauca. Recuperado de <http://goo.gl/sPs21X>
- García Ramírez, D. (2014). Breve historia de la televisión regional en Colombia. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 9(16). Recuperado de <http://www.alaic.net/revistaalaic/index.php/alaic/article/view/474>
- Gimeno, F. (2014, Octubre 11). Lima recupera su memoria histórica con un archivo gráfico en redes sociales. *Noticias Caracol*. Recuperado de

<http://www.caracol.com.co/noticias/economia/lima-recupera-su-memoria-historica-con-un-archivo-grafico-en-redes-sociales/20141011/nota/2456934.aspx>

- Guerra Torrealba, L. (2012, Noviembre 23). Modelo para el análisis del comportamiento de los estudiantes durante actividades colaborativas a través de Internet [info:eu-repo/semantics/doctoralThesis]. Recuperado Febrero 17, 2014, de <http://www.tesisenred.net/handle/10803/113562>
- Guiza Ezkauriatza, M. (2012). *Trabajo colaborativo en la web: entorno virtual de autogestión para docentes* (Tesis doctoral). Universitat de les Illes Balears. Recuperado de <http://www.tdx.cat/handle/10803/59037>
- Gutiérrez, F. (2011). Experiencia de la curaduría digital en la construcción de la memoria del barrio Minuto de Dios, como forma creativa del uso de las TIC. (Spanish). *An Experience in Digital Curatorship and an Example in the Creative Use of CIT's: Building the Memory of the "Minuto de Dios" Neighborhood. (English)*, 30(58), 270–278.
- Halbwachs, M. (1995). Memoria colectiva y memoria histórica. *Reis: Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, (69), 209–222.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la investigación* (Cuarta). México D. F.: Mac Graw Hill.
- Hine, C. (2004). *Etnografía virtual*. Barcelona: Editorial UOC.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Jiménez, J. C. Z. (2009). La historiografía económica sobre el Valle del Cauca, Siglos XIX-XX. Temas, espacios y tiempos: Una aproximación cuantitativa. *HiSTOReLo. Revista de Historia Regional Y Local*, 1(2), 205–228.
- La Silla Vacía. (2012). Proyecto Rosa. Recuperado Enero 26, 2014, de <http://www.proyectorosa.com/>

- Lèvy, P. (2004). *Inteligencia Colectiva. Por una antropología del espacio*. Washington: Centro Nacional de Información de Ciencias Médicas (INFOMED). Recuperado de <http://inteligenciacolectiva.bvsalud.org/public/documents/pdf/es/inteligenciaColectiva.pdf>
- Londoño, H., & Molano, E. (2001). Cine y memoria histórica en Colombia. *Historia, Antropología Y Fuentes Orales*, (26), 175–180.
- Malone, T. W., & Klein, M. (2007). Harnessing Collective Intelligence to Address Global Climate Change. *Innovations: Technology, Governance, Globalization*, 2(3), 15–26. <http://doi.org/10.1162/itgg.2007.2.3.15>
- Marañón Rodríguez, J. (2011, Mayo). Reflexiones teóricas acerca de la interrelación entre memoria histórica e imaginarios sociales. *Contribuciones a Las Ciencias Sociales. Universidad de Málaga*. Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/cccss/12/jlmr.htm>
- Martín-Barbero, J. (2001). Medios: olvidos y desmemorias. Debilitan el pasado y diluyen la necesidad de futuro. *Ciberlegenda*, 0(06). Recuperado de <http://www.uff.br/ciberlegenda/ojs/index.php/revista/article/view/318>
- Mejía Benard, M. (2011). *Imágenes de la memoria. Transformación en las representaciones de un álbum de familia. Cali, 1910-1971* (Primera Edición). Cali: Universidad Autónoma de Occidente.
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (2013, Agosto). La revolución digital en el Valle del Cauca. Recuperado de <http://www.mintic.gov.co/index.php/prensa/noticias/2416-la-revolucion-digital-en-el-valle-del-cauca>
- Molina Rodríguez-Navas, P. (2006). *Encontrarse en la historia. Fuentes, protagonistas y espacios: metodologías para una historia de la comunicación no-androcéntrica* (Tesis de doctorado). Universitat

- Autònoma de Barcelona. Recuperado de  
<http://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=5962>
- Molina Rodríguez-Navas, P. (2009). Redes para la recuperación de la memoria histórica en la web 2.0. *Metamorfosis Del Espacio Mediático: Medios de Comunicación Y Democracia*, 1. Recuperado de  
[http://ddd.uab.cat/pub/artpub/2012/104268/fonjoucom\\_a2012m12n5p140.txt](http://ddd.uab.cat/pub/artpub/2012/104268/fonjoucom_a2012m12n5p140.txt)
- Molina Rodríguez-Navas, P. (2010). Participación y fuentes de la memoria. Nuevos métodos para nuevos retos. *Prisma Social*, 1–29.
- Molina Rodríguez-Navas, P. (2012). Espacios de participación para la construcción de la memoria colectiva en la prensa digital española. *Fonseca, Journal of Communication*, (5), 140–161.
- Montoya, M. (1995). La imagen como memoria. La fotografía como fuente para el estudio de la historia. *Actual Investigación*, 27(31), 145–160.
- Mora, P. (2000). Aproximación a la inteligencia colectiva. *Espéculo (UCM)*, (16). Recuperado de  
[http://pendientedemigracion.ucm.es/info/especulo/numero16/int\\_cole.html](http://pendientedemigracion.ucm.es/info/especulo/numero16/int_cole.html)
- Moreno Sardà, A. (2014). La historia de la comunicación: aportaciones a la construcción de un humanismo plural, posicionado, en red y cooperativo. *Historia Y Comunicación Social*, 19(2), 79–91.
- Orihuela, J. L. (2006, Abril). La Web social: entrevista en diario Público [Blog]. Recuperado de <http://www.ecuaderno.com/2006/04/15/la-web-social-entrevista-en-diario-publico/>
- Pantoja Chaves, A. (2005). *Memoria en soporte digital: La Transición a la democracia en España* (Tesis doctoral). Universidad de Extremadura, España. Recuperado de  
<http://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=24018>
- Paz, A. L., & Calero, S. (2008). *Consumo, usos, mediaciones y opiniones de la mediática del canal Telepácífico en Cali dentro del contexto de una*

- coyuntura crítica* (Primera Edición). Cali: Universidad Autónoma de Occidente.
- Redes - Rtve. (2008, Junio 23). *Los siete pecados de la memoria*. España. Recuperado de <http://www.rtve.es/alcarta/videos/redes/redes-siete-pecados-memoria/178412/>
- Rey, A. (2012). La inteligencia colectiva según el MIT. Recuperado de [http://emotools.com/static/upload/files/it\\_mit.pdf](http://emotools.com/static/upload/files/it_mit.pdf)
- Román Graván, P. (2002). *El Trabajo Colaborativo en redes. Análisis de una experiencia en la R.A.C.S.* (Tesis doctoral). Universidad de Sevilla, Sevilla. Recuperado de <http://www.tesisenred.net/handle/10803/115893?show=full>
- Rost, A. (2006, Junio 29). *La interactividad en el periódico digital* (Tesis doctoral). Universitat Autònoma de Barcelona. Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació. Recuperado de <http://www.tdx.cat/handle/10803/4189>
- Ruíz-Vargas, J. M. (2008). ¿De qué hablamos cuando hablamos de “memoria histórica”? reflexiones desde la Psicología cognitiva. *Entelequia: Revista Interdisciplinar*, (7), 53–76.
- Salaverría, R. (2003). Convergencia de los medios. *Revista Latinomericana de Comunicación CHASQUI*, 081, 32–39.
- Salaverría, R. (2008). La investigación sobre ciberperiodismo en España: tendencias, resultados y perspectivas. En G. López García (Ed.), *Comunicación local y nuevos formatos periodísticos en Internet: cibermedios, confidenciales y weblogs*. Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València. Recuperado de <http://www.cibermediosvalencianos.es/ComunicacionLocal.pdf>
- Salaverría, R., & Avilés, J. A. G. (2008). La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo. *Trípodos. Facultat de Comunicació Blanquerna.*, (23), 31–47.

- Sánchez Medina, J., & Marco Macarro, M. (2008). Memoria e identidad. Una aproximación desde la psicología actual. En *La recuperación de la memoria histórica: una perspectiva transversal desde las Ciencias Sociales* (pp. 53–66). Centro de Estudios Andaluces.
- Sánchez-González, M., & Alonso, J. (2012). Propuesta metodológica para el análisis de las tecnologías de participación en cibermedios. *Revista Latina de Comunicación Social*, 67, 148 a 178.
- Schacter, D. (2013, Junio 3). How Memory Works: Interview with Psychologist Daniel L. Schacter [Web]. Recuperado de <http://historynewsnetwork.org/article/152111>
- Solanilla-Demestre, L. (2012). Sociologando: Internet como herramienta de recuperación de la memoria de la Guerra Civil Española. *Boletín Científico Sapiens Research*, 2(2), 46–52.
- Solano, A., Collazos, C., & Arciniegas, J. (2010). Evaluación colaborativa de usabilidad en los servicios de T-Learning: Estado del Arte. *LatinAmerican Conference on Networked and Electronic Media*.
- Telepacífico. (2012). Telepacífico. Plan estratégico 2012 - 2015. Recuperado de <http://www.telepacifico.com/planes-e-informes>
- Viana, C. (2010, Diciembre 17). *Redes sociales y modelos de agencias ciudadanas de comunicación* (Tesis doctoral). Universidad Autónoma de Barcelona. Recuperado de <http://www.tesisenred.net/handle/10803/31809>

## ANEXOS

### Anexo 1. Guía de entrevista estructurada vía correo electrónico

Entrevistado: Vladimir Velázquez, creador y administrador de Lima Antigua  
[www.facebook.com/limantigua](http://www.facebook.com/limantigua)

Entrevistadora: Aura María Vargas

#### Objetivo

Identificar de qué forma Facebook ha facilitado la participación de los limeños en la recuperación de memoria histórica de la ciudad de Lima (Perú) en el contexto del proyecto digital Lima Antigua.

#### 1. ¿Cómo y cuándo surge el proyecto Lima Antigua?

Lima Antigua como proyecto surge en el año 2009 a partir de una necesidad personal la cual partía sobre una investigación acerca del origen de la historieta en el Perú. A partir de esa búsqueda personal me encuentro en la biblioteca de la Universidad Mayor de San Marcos, con una antigua revista llamada Variedades, la cual me conduce a encontrar la primera historieta peruana con globos (bocadillos de diálogo) y además de ello, encuentro un material interesante como: fotografía, historias de una Lima de antaño, poesía, caricatura política y así es como termino pegado en la magia que producía el recorrer cada página de esta revista que tuvo su primera temporada en el año 1908 hasta el año 1932.

#### 2. ¿Por qué se decide pasar del Blog a Facebook en Lima Antigua?

Si bien con ayuda de los Blogs podía colocar fotografías en buena resolución y de buen tamaño, no me permitía tener un contacto directo con los

visitantes. De esta manera decido ingresar con Lima Antigua a las redes sociales empleando la plataforma de Facebook y desde el año 2010 Lima Antigua publica ininterrumpidamente un par de fotos y un poco más, de acuerdo a fechas especiales, diariamente.

3. A la fecha ¿Cuántos contenidos digitales entre fotografías y videos tiene Lima Antigua en Facebook?

En la cuenta de Lima Antigua tenemos un aproximado de 10 mil publicaciones entre fotografías, artículos de prensa, entrevistas y videos.

4. ¿Existe en el sitio en Facebook de Lima Antigua, algún tipo de catalogación o agrupación por periodos de tiempo de los contenidos (fotografías, textos o videos) allí publicados?

Debido a que la administración, publicación y moderación de la página la llevo únicamente yo, el proceso de catalogación lo hago poco a poco en mi tiempo compartido con mi trabajo. Soy profesor de informática y diseño gráfico en una escuela primaria.

5. ¿Cuáles considera Usted que son las principales características que tiene Facebook como plataforma para la recuperación de la memoria histórica?

Facebook así como otras plataformas virtuales tienen la ventaja de ser masivas y abiertas a una gran ventana de público interesado en recibir noticias y cosas curiosas. Para mi, Facebook así como Twitter, Instagram me ayudan a difundir este proyecto que busca rescatar la memoria gráfica de la ciudad. Lima Antigua es la única página de Facebook que publica su colección “física” de antigüedades y la comparte con sus seguidores.

6. ¿De qué forma se fomenta o motiva la participación de los usuarios en el sitio web de Facebook de Lima Antigua?

A partir de ingresar a diversos espacios virtuales como Twitter, Instagram, Pinterest, entre otros. Lima Antigua busca que el público joven se interese por la historia de la Ciudad.

7. ¿De qué forma pueden participar los usuarios del sitio en la recuperación de la memoria histórica de Lima? ¿Qué tipo de aportes pueden hacer (por ejemplo pueden subir fotografías, videos, textos, entre otros)? ¿o su participación se limita solo a los comentarios?

Los seguidores de Lima Antigua pueden comentar las fotografías publicadas así como también nos envían fotos de la familia a nuestro buzón de correo, y la publicamos colocando sus créditos correspondientes.

8. La información con la que participan los usuarios en el sitio en Facebook de Lima Antigua ¿contribuye a la recuperación de la memoria histórica de Lima?

La información de los usuarios es muy importante ya que complementa la fotografía con las memorias y experiencias que los vecinos y visitantes pueden aportar

9. En la página Web de Lima Antigua en Facebook, se indica que se utilizan otras plataformas Web 2.0 como Instagram, YouTube y Twitter, ¿Cómo se han integrado estas aplicaciones al sitio en Facebook y cuál es su función del proyecto Lima Antigua?

La aparición de Lima Antigua en todas estas plataformas virtuales busca la difusión del proyecto. Subimos fotografías antiguas y también se complementan con fotografías de actualidad, donde se realizan denuncias de atentados contra nuestro patrimonio así como merecidos reconocimientos cuando se realizan actividades que rescatan nuestra historia.

10. Cuando los participantes del sitio en Facebook de Lima Antigua hacen comentarios sobre los contenidos publicados y surgen inquietudes o hay errores en la información que ellos mismos aportan ¿existe un moderador o experto que suministre más información o aclare las dudas?

Así es. Lima Antigua no busca ser la página que lo que publica es “Ley”. Solo somos facilitadores de un material que puede ser muy bien utilizado por estudiantes, maestros, arquitectos, historiadores y que con su experiencia pueden hacer grande esta iniciativa. Siempre buscaremos que Lima Antigua sea el puente entre las antiguas generaciones y las nuevas, para que ese lazo de la historia se mantenga siempre unido y no tengamos que sufrir de una amnesia histórica; ya que si no conocemos nuestro pasado, nunca aprenderemos a quererlo ni a respetarlo.

## Anexo 2. Guía de entrevista semiestructurada

Entrevistado: Elsy Adriana Velasco, productora en Telepacífico

Entrevistadora: Aura María Vargas

### Objetivos

- Identificar cómo se está trabajando la memoria histórica en el canal regional Telepacífico desde el proyecto del archivo audiovisual y de qué forma se están involucrando a los televidentes en este proceso.
- Identificar los hitos históricos para en recuperación de la memoria histórica de Telepacífico.

1. De acuerdo al Plan Estratégico 2012 – 2015 de Telepacífico, uno de los planes de acción es conservación de su memoria histórica audiovisual ¿Cómo va este proyecto y qué resultados lleva hasta la fecha?
2. Para Telepacífico ¿Cómo es entendida la memoria histórica?
3. ¿Para Usted que es memoria histórica?
4. ¿Cuál es la importancia que tiene para Telepacífico la conservación y recuperación de su memoria histórica?
5. ¿Se han desarrollado actividades o proyectos de recuperación de la memoria histórica del canal en los que participen los televidentes? ¿cuáles?
6. ¿Considera Usted que es posible involucrar a los televidentes y usuarios de las redes sociales del canal en un proceso de recuperación de la memoria histórica de Telepacífico?
7. Desde su experiencia con TIC ¿Cuáles considera serían los medios sociales digitales más adecuados para un proceso de recuperación de memoria histórica que involucre a los televidentes?
8. ¿En qué medida podría involucrarse el archivo audiovisual en un proceso de comunicación digital para la recuperación de la memoria histórica de Telepacífico?
9. ¿Cuáles son los momentos históricos más importantes para Telepacífico?

10. ¿Cuáles considera Usted podrán ser los hitos históricos más importantes desde los cuales podría participar la personas en la de recuperación de la memoria histórica de Telepacífico?

Entrevista Elsy Adriana Velasco, productora y responsable del archivo audiovisual del canal regional Telepacífico

AMVR: ¿Cuáles son sus funciones en Telepacífico con respecto a la videoteca?

EAV: Soy la encargada de la parte administrativa del área de la videoteca, tengo dos personas a mi cargo y dirijo el programa juvenil Login. Nosotros manejábamos toda esta área de la videoteca totalmente análoga, iniciamos en el 88, yo entré en el 90 y se manejaban formatos 3/4 , luego pasamos a betacam, hemos ido migrando la información de formato a formatos, es decir iniciamos con ¾ o U-MATIC, después pasamos a DVCam y ahorita pasamos a HDCam que es la parte digital y recientemente, en este año con el proyecto de regalías y recursos de la autoría nacional de televisión que pasó Telepacífico, se hizo una renovación tecnológica, no solamente en videoteca, sino en todo el canal, pero lo que corresponde al archivo audiovisual, pasamos de ser análogos a completamente digitales a partir de marzo de 2015, apenas estamos digitalizando información , todavía estamos en el proceso de aprendizaje, porque de todas maneras esto tiene muchas cosas y es complicado, estamos en el proceso de migración de los programas que son atemporales, que se pueden repetir. Esto es lo que estamos haciendo aquí y el archivo de imágenes que es el fuerte de este canal, ¿por qué es el fuerte de este canal?, porque nosotros como política tenemos que todos los realizadores que salgan a hacer una nota, ellos graban 30 minutos, una hora para una nota de 3 minutos, entonces todos ese material que de pronto ellos

graban se pierde mucha cosa, para que no se pierda ¿qué hacemos nosotros?, tomamos ese material que ellos han grabado y seleccionamos lo que nos sirve y lo dejamos en archivo, por eso nuestro archivo de imágenes es bastante grande, ya tenemos como 1.900 horas de imágenes solamente. La idea es digitalizar todo ese material, pero, solamente aquí tenemos cinco equipos de ingesta, dos personas tiempo completo y yo que estoy medio tiempo, ya que esta parte es más admirativa que operativa, y ellos dos se encargan de la digitalización y con el día a día del trabajo, nosotros aquí prestamos material, suministramos las memorias para que los realizadores salgan a grabar y el día a día del archivo es complicado como para digitalizar más rápido la información. Entonces, lo que se está haciendo es: digitalizar los programas atemporales que salen a emisión, en eso hemos avanzado bastante, ya llevamos más de 200 capítulos digitalizados, algunas imágenes de archivo y lo que hacíamos antes con el material de los realizadores que era archivarlo y seleccionarlo, pues lo estamos haciendo directamente, lo estamos digitalizando, entonces ese material ya está en el MAM (Media Asset Management o sistema de administración de archivos de medios). Cuando los realizadores van a hacer sus notas, ellos ya no tienen que venir acá, sino que directamente en las salas de edición o en los equipos de visualización, pueden buscar el material y si les sirve solamente lo capturan y ya editan con ese material, por lo tanto ya no hay ese trasteo de soporte, que ese era un problema. Este problema traía que la manipulación de los formatos era un riesgo para el archivo ¿por qué?, porque el soporte en casetes, como los  $\frac{3}{4}$  cuya cinta era gruesita, era más fuerte y al pasar a DVCam la cinta es más débil, entonces se revienta mucho y perdimos muchísimo material porque el mantenimiento de las máquinas no era el adecuado, entonces a cada rato se reventaban en la sala de edición y con la manipulación del lleve y traiga, eso no es lo recomendable para un archivo, entonces, esa mala manipulación nos llevó a perder mucho contenido. Entonces ya con el MAM que es este sistema digital, es posible capturar en

alta calidad y editar, el material sigue ahí, salvaguardado, no solamente en la nube, sino que también tenemos un sistema en LTO (sistema para almacenamiento de cintas) para cintas digitales, que son manejadas por un robot, lo que permite que haya menor riesgo con respecto a la manipulación física.

AMVR: me queda claro que el archivo audiovisual es de manejo interno en el canal, pero ¿las personas externas tienen acceso a él?

EAV: Nosotros tenemos convenidos con las bibliotecas, se les ha cedido un material, pero solamente para consulta, porque eso tiene unos derechos, un valor, es el patrimonio de la empresa realmente, como que distribuirlo gratis es complicado. Si una persona particular no necesita, se le vende, pero con derechos limitados, es decir, no puede hacer distribución o extraer imágenes para hacer otra cosa. Sí se puede hacer consulta, lo que pasa es que la infraestructura técnica del canal no permite abrirle al público como para que venga a consulta, por eso lo estamos haciendo a través de las bibliotecas, a ellas les damos los documentales y la gente puede ir hasta allá verlos o consultarlos en un espacio que está adecuado, espacio que acá no tenemos, es muy limitado, es solo para las producciones que hace el canal.

AMVR: ¿se ha pensado en ubicar al menos fragmentos de la producción audiovisual en Internet?

EAV: Sí lo hemos pensado, pero estamos muy limitados por el tema de los derechos, es que cuando se sube un material a la nube, uno como que ya pierde los derechos, porque ya es de uso público y muy difícil de controlar el acceso y la manipulación del material, entonces eso es lo que nos ha tenido limitados entonces pues a subir ese material a la nube.

AMVR: leía en el plan estratégico del canal de 2013 – 2015, publicado en la página web, en el que se plantea un plan de acción sobre la conservación de la memoria histórica, ¿cómo va ese plan de acción, se ha cumplido?

EAV: estamos en ese proceso, ahora para digitalizar todo ese material, no es tan fácil, o sea es un tiempo que se requiere bastante largo, estamos proyectados a 5 años para digitalizar las once mil horas que tenemos en archivo físico, son 5 años teniendo en cuenta que en este solo somos tres personas las encargadas, requerimos más personal para poder hacer una migración más rápida y efectiva, pero desde este año, ya todo el material que se está haciendo tanto los programas como las imágenes ya queda subido inmediatamente se edita, ya no pasa a un soporte físico sino que queda en el sistema, entonces esa ya no es una labor que nosotros hacemos, sino que los realizadores y directores de los programas lo están haciendo a diario, entonces por ese lado, ya todo se va subir y ya queda preservado tanto digital como en el sistema LTO, entonces lo que nos toca recuperar del archivo que son once mil horas que tenemos, entonces es un proceso que miramos que se demora aproximadamente entre 5 a 6 años para poder terminarlo.

AMVR: Para Telepacífico ¿qué es memoria histórica?

EAV: como institución tenemos todo el material que hemos construido desde que inició el canal hasta la actualidad, entonces es una preservación que se ha hecho, pero ahí tenemos un inconveniente, que Telepacífico es un canal donde se produce, es productora, pero también hay productoras externas, que pasan su material y ese material por derecho no lo tenemos nosotros, entonces cada productora ha sido la encargada de preservar su archivo y la mayoría, por recursos económicos diría yo, no lo ha preservado como es, entonces hay mucho material que se ha perdido porque las productoras han

desaparecido, porque no tienen la videoteca organizada y no tienen la persona que tenga el concepto para conservar ese material, entonces realmente esa historia se ha perdido, porque si aquí me vienen a preguntar por programas que se hicieron en el 88 en el 90 con productoras como Tele Asociados, Imágenes Televisión, esas productoras ya no existen, nadie sabe dónde quedó el material, es una historia muy valiosa y que hizo historia en su época, pero no la tenemos porque por derechos nosotros no tenemos acceso a ese material sino que eran las productoras, desafortunadamente de esa historia no hay nada.

AMVR: ¿Conoce Usted algún proyecto externo o del canal que trabaje memoria histórica, no tanto desde el archivo audiovisual, sino donde esté narrada la historia de Telepacífico?

EAV: aquí no conozco.

AMVR: ¿Qué importancia cree que tendría para Telepacífico, a parte de este proyecto de memoria histórica desde el archivo audiovisual, crear un proyecto de memoria histórica más amplio donde se involucre a los televidentes?

EAV: sería muy bueno para el canal, pero sí tocaría que una persona lo liderara, porque nosotros en este momento con la carga laboral que tenemos no podemos, no nos queda tiempo para desarrollarlo, pero sería muy bueno.

AMVR: desde este tipo de proyectos como en este caso del archivo audiovisual, ¿considera Usted que es posible involucrar a los televidentes en la recuperación de la memoria histórica, donde sean ellos quienes proporcionen información desde su experiencia?

EAV: cada año, cuando el canal cumple años se hace un video institucional donde se toman algunas experiencias de televidentes, de productores, de directores, de gente que ha pasado, se ha hecho pero más desde la vista del televidente, no pero sí sería interesante. Por ejemplo, tengo una experiencia chévere que hizo Isabel Guerrero en la Biblioteca, no sé si la conociste, ella con la parte fotográfica hizo un proyecto donde le decía a la gente que trajera todo su material fotográfico del Valle y ella lo catalogó y lo organizó he hicieron un software muy bueno, y sería chévere con video. Ese sería un proyecto muy interesante pero requiere presupuesto, del cual el canal no dispone, para hacerlo tocaría presentar un proyecto, ya sea el MinTIC o a la ANTV.

AMVR: para este tipo de propuesta, la idea es que sean las personas quienes narren con sus historias, fotografía o experiencias la historia del canal.

EAV: claro, pero para eso se necesita infraestructura, los videos caseros tiene unos soportes como el Betamax, el VHS y son equipos que ya en esta época son muy difíciles conseguir, tocaría aliarse con la Fundación Patrimonio Fílmico, ya que ellos sí tienen todos esos soportes y tienen la manera de hacer recuperación de material, pues porque la gente en su casa no archiva el material adecuadamente, entonces se llena de polvo, entonces la cinta se pega, cuando lo vas a reproducir entonces se revienta, eso tiene que tener un procesos bastante complicado que tiene que ser una entidad profesional que lo haga, en este caso podría ser la Fundación Patrimonio Fílmico.

AMVR: de acuerdo a lo me comentaba sobre el cumpleaños del canal, he observado también que desde las redes sociales, en especial Facebook, se han hecho experiencia con los televidentes, en cuanto que se suben

fotografías que pueden ser comentadas, pasó en especial cuando el canal cumplió 25 años.

EAV: sí, hizo un grupo de toda la gente que había estado en el canal, se comenzó a subir su archivo personal de fotografías y anécdotas. Estuvo liderado por Carlos Augusto Alban y fue una experiencia no institucional.

AMVR: para los 25 años del canal, se subieron fotografías de presentadores y eventos importante dados a lo largo del a historia de Telepacífico, pero no había una estrategia en la que se invitara a los televidentes a contar la historia, ¿cómo cree Usted que estos medios sociales digitales pueden contribuir a la construcción de la memoria histórica del canal?

EAV: es viable, sobre todo por la facilidad de que la gente tenga en su casa Internet y tenga los medios para enviar información más fácil, actualmente es mucho más asequible la tecnología para la gente que antes, entonces creo que sí es proyecto interesante.

AMVR: ¿qué tanto tráfico o movimiento hay en la redes sociales de Telepacífico?

EAV: la verdad es que las e Telepacífico se mueven más o menos y cada programa tiene sus redes aparte y esa ha sido como una de las debilidades que tiene que el canal, entonces por ejemplo “Login” es uno de los programas que tiene las redes sociales más consolidadas, ya tenemos 76 mil personas en Facebook, 75 mil en Twitter, tenemos en YouTube, en Instagram, pues por el tipo de público al que llegamos (jóvenes), se maneja mucho esa parte, los otros programas no tanto, algunos se mueven, pero no como Login. Ahora tenemos un community manager que antes no tenía Telepacífico, eso también es nuevo, por lo que ya se está trabajando en esta

parte, pero no ha logrado subir, como quisiera la gerencia en este momento, pero ellos están trabajando en un proyecto, no tengo mucho conocimiento, pero podrías hablar con él porque creo se contrató una empresa externa con la que se están desarrollando algunas cosas para mejorar esa parte, el nombre del CM es Santiago Mendoza, él te podría dar razón sobre el proyecto que se está manejando. Mercadeo son los encargados de la parte de redes sociales.

AMVR: en el plan estratégico 2012- 2015, en su plan de acción cuando se habla de “conservación de la memoria histórica audiovisual” ¿son ustedes los del archivo audiovisual los encargados o hay otro equipo responsable?

EAV: eso se construyó entre varias personas que manejaban la parte de calidad, pero realmente que esté una persona encargada no. Nosotros en esta área nos encargamos de la parte audiovisual, la parte documental está en el archivo documental.

AMVR: ¿qué posibilidad hay de subir a Youtube fragmentos de programas que históricamente han sido importantes?

EAV: es posible, pero legalmente nosotros estamos aún en la consulta por el tema de los derechos de autor, ya que cuando se sube un material a Youtube se pierde los derechos y la manipulación es muy difícil controlarla y el uso que la gente haga del producto.

AMVR: como me contabas hace un rato, llevas muchos años acá en el canal, ¿cuáles son para usted los hechos históricos más importantes del canal, con los cuales se pueda involucrar a los televidentes para la construcción de la memoria histórica?

EAV: del canal pues están más que todo, las producciones que nosotros hemos hecho y que hemos liderado como por ejemplo, hemos liderado estos eventos de región, donde hemos mostrado, y muchos de ellos ya son patrimonio de la humanidad porque por medio de Telepacífico se han dado a conocer, por ejemplo, es el caso de carnavales de negros y blancos, el caso de la semana santa en Popayán, son eventos que la región ha hecho y que han cobrado mucha importancia por la visualización que Telepacífico ha dado de ellos, por ejemplo San Pacho en el Chocó, nosotros cubrimos los departamentos de Chocó, Cauca, Valle y Nariño, entonces todos los eventos de región que se han hecho en los cuatro departamentos y se han visualizado y la gente los ha conocido es por medio del canal, eso me parecería que podría ser.

Desde lo que tiene que ver con cambios en lo tecnológico, administrativo o estructural, no veo cómo pueda involucrarse al televidente, pero desde las producciones sí, desde los históricos entonces están las primeras producciones tenemos por ejemplo, los primeros dramatizados que hizo el canal con Pepe Sánchez, el primer dramatizado que se hicimos se llamó "Milagro", lo dirigió Pepe Sánchez, pues esa época no había mucha gente experta en esa parte de realización de documentales, entonces se trajo gente de Bogotá y fue como una escuela para el canal, después ya se hizo un miniseriado que fue "La ausente", después se hizo "Canas al aire", la verdad hemos hecho muy poquitos, el canal en sus 25 años ha hecho 5 dramatizados a lo largo de su existencia y los documentales que son muy importantes, tenemos 20 documentales de perfiles de gente de la región que son deportistas y músicos de la región, entonces tenemos documentales con María Isabel Urrutia, Luz Mery Tristan, Willintong Ortiz, ha habido muchísimos documentales, 10 de figuras del deporte y 10 de músicos, entonces está como el Petronio, Marquito Micolta, Antonio Valencia, esos documentales que en esa época se realizaban con todo el rigor de hacer un documental

que ahora ya no, ahorita un documental los hacen en poquitos días, en esa época se hacían durante meses, la edición y la posproducción todo era muy elaborado, entonces ahora se ha perdido esa rigurosidad al hacer las producciones.

AMVR: entonces, de acuerdo a esto, la historia de Telepacífico se podría contar desde sus producciones, como un elemento que desde lo narrativo llega a los televidentes, que se podrían dividir o clasificar en esos tipos: documentales y seriados. ¿Actualmente cuáles son los más conocidos?

EAV: se tienen los documentales, los dramatizados, pero también tenemos los programas, porque hay también programas que marcaron la historia del canal. Como te comentaba, hay productoras externas que también marcaron esa historia del canal, pero que no tenemos ese material, no hay cómo hacer una recuperación porque las productoras se acabaron, los que dirigían se murieron, no se sabe qué se hizo el material, hay algunos que sí existen como por ejemplo el de la Universidad del Valle con “Rostros y rastros”, ellos hicieron una recuperación de todo ese material, porque también estaba en peligro de que se dañaran algunos soportes, de que se perdiera material que prestaban y no tenían la rigurosidad del préstamo del material, entonces ya se hizo un trabajo y se hizo una recuperación junto con Patrimonio Audiovisual Colombiano, entonces ese material está y eso también marco una historia para el canal muy importante, de hecho ellos sacaron un libro, ese es un material muy importante, pues que era la escuela que en ese momento marcaba el tipo de producción y concepción de documentales de la época, estos en su mayoría eran realizados por estudiantes y por supuesto por profesores, había rigurosidad en la producción. Los documentales ahora ya no son un fuerte en el canal.

AMVR: ¿Cuál es el fuerte en producción entonces ahora en el canal?

EAV: actualmente son los programas en directo, que desafortunadamente son programas temporales, que se hacen en el directo y ya se pierden porque no se pueden volver a emitir, son del día día, que es un recurso que realmente se está perdiendo, porque se está produciendo para el día, pero ya mañana no lo puedes volver a pasar. En este momento la emisión Telepacífico está marcado mucho por las franjas en directo, entonces hay una franja hay una franja noticiosa, de opinión, la familiar que es “Tardes del Sol”, por ejemplo “Amaneciendo”, el “Noticiero”, “Login” que es programa juvenil también es en directo, por la noche hay un deportivo que también es en directo, entonces la mayoría de la parrilla de programación del canal ya está en directo, son programas temporales que se pierden, son contenidos que no podemos volver a programar más adelante. En cambio con los programas que son pregrabados es diferente, porque tienen más elaboración, por ejemplo, tenemos los infantiles, entonces esos programas son atemporales y se pueden volver a repetir durante mucho tiempo, es un dinero que se invierte y se puede seguir recuperando porque se puede vender a otros canales, repetirlo y cubrir un espacio en la parilla de programación.

EAV: hay parillas sí que están archivadas en el Archivo de documentos, no sé si puedan consultar. Patricia Mamian tiene un histórico de parrillas digitales, pero no están desde el 88, en el archivo de documentos están quizás desde el año 88, solo que las parillas se hacían en máquinas de escribir o a veces a mano y estas están en el archivo documental del canal.

AMVR: ¿durante estos más de 25 años del canal, cuáles han sido las producciones más recordadas o que han marcado historia?

EAV: el único programa que ha estado casi desde que arrancó el canal prácticamente hasta el año pasado es “Qué hay para hacer”, está desde el año 90 y no ha parado hasta hoy, es un programa que le gusta a la gente que se mueve en el medio cultural. Arrancó siendo de un minuto, luego pasó a cinco minutos, luego 15 minutos hasta alcanzar la media hora, pero luego pasó nuevamente a 5 minutos, lo dan a diario.

Había un programa al que veía mucha gente que se llamaba “Viva el barrio”, una serie, que duró mucho tiempo al aire y que fue importante para Telepacífico cuando arrancamos, sé que marcó mucho a los televidentes. Hay otro programa que fue realizado por Cañaveral televisión, se llamaba “Soneros”, que fue un concurso musical en el que mucha gente participó y de ahí salieron muchos cantantes, está “El solar” de Imágenes Televisión, está “Rostros y rastros” de la Universidad del Valle, hubo programas de concurso de los sábados, los presentaba Hernán Orjuela, “Alta tensión” fue otro programa de concurso. Hay más programas que hicieron las productoras externas que marcaron la historia del canal, que la misma producción del canal, porque al principio nosotros hacíamos muy poquitos programas y se contrataban o se licitaban los espacios para las diferentes productoras, teníamos entonces programas de opinión que marcaron nuestra historia. Entonces, en esa época, nuestra producción era bajita, ahora es que se ha incrementado, el canal es más productor, hay menos productoras que antes. Dentro de nuestras producciones, que han marcado historia está “Tardes del sol”, entre los juveniles está “Blue jean”, sobre todo con la gente que le gustaba la música rock, nosotros fuimos uno de los pioneros en hacer programas musicales. Hubo un programa presentado por Hernán Orjuela, “Hola sábado”.

### Anexo 3. Guía de entrevista semiestrurada vía Internet: Skype

Entrevistado: Pedro Molina Rodríguez-Navas, profesor e investigador  
Universidad Autónoma de Barcelona

Entrevistadora: Aura María Vargas

#### Objetivos

Identificar las características que Web 2.0 que favorecen la recuperación de la memoria histórica.

1. ¿Qué es memoria histórica?
2. ¿Qué relación tiene la memoria histórica y la comunicación?
3. ¿Podría definirse un modelo de comunicación digital para la recuperación de la memoria histórica? ¿cuáles serían sus características?
4. ¿Qué características poseen los medios sociales digitales o la Web 2.0 que permitan recuperar la memoria histórica?
5. ¿Qué tipos de Web 2.0 considera Usted favorecen este tipo de procesos de recuperación de memoria histórica?
6. Desde su experiencia ¿Qué tipo de estrategias pueden emplearse con medios sociales digitales para la recuperación de la memoria histórica?

7. ¿Considera Usted que el trabajo colaborativo y la inteligencia colectiva pueden ser características fundamentales para un modelo de recuperación de memoria histórica? ¿por qué?
8. ¿En qué medida la historia puede ser reconstruida a través de la participación de los ciudadanos?
9. ¿Cuáles son los tipos de participación en la Web 2.0 con mejores resultados en procesos de recuperación de memoria histórica?

Entrevista a Pedro Manuel Molina Rodríguez Navas

AMVR: ¿Cómo es la relación entre la comunicación y la historia? ¿Cómo la comunicación puede favorecer los procesos de recuperación de memoria histórica? ¿Cómo Internet puede contribuir también esa recuperación de la memoria histórica? ¿Cómo involucrar a las personas en este tipo de procesos?

PMRN: El caso español es clarísimo, que como todavía estamos embarcados en “una guerra”, sobre cómo utilizar la memoria de la guerra civil, el franquismo, la dictadura para construir una perspectiva política en la actualidad, pues evidentemente, una gran parte de los esfuerzos y los recursos de las investigaciones se han dedicado a esta cuestión, porque además, políticamente tienen un gran interés, hay partidos políticos que también lo ordenan en sus agendas y los tienen en diferentes programas, porque además seguimos teniendo un terrible problema de dignificación de las víctimas. He escrito algo sobre eso.

Este tema en mi tesis fue el eje central, pero en los últimos años, tenemos algunos otros proyectos de comunicación que me han ocupado mucho más

tiempo y el tema de la memoria, la verdad, es que últimamente lo tengo un poco desplazado y voy trabajando algunas cosas en la medida en que tengo tiempo, pero es un tiempo muy de dedicación personal, porque los proyectos que tenemos como equipo de investigación van por otro camino, estamos trabajando mucho cuestiones de comunicación y transparencia y administraciones públicas, entonces cuando me queda algún rinconcito de tiempo se lo dedico a esto, porque es un tema que me gusta y además, porque yo sigo dando clases de historia de la comunicación y es esta para mi una cuestión también importante, a refrescar y a tener presente y a no perderme y estar al día con lo que está pasando y lo que se está investigando.

Claro, mi perspectiva, es una perspectiva mucho más global, cuando hablamos de memoria, no hablar exclusivamente de una memoria que se refiere a hechos traumáticos y sobretodo a acontecimientos violentos, sino relacionada con la memoria de todas las personas. Y aquí el primer problema es cómo se construye la memoria de las personas. Aquí fue muy importante el contacto con mi directora de tesis, que sigue siendo la directora del equipo de investigación donde trabajo, ella es Amparo Moreno Sardá, algunas de sus publicaciones desde luego para mí, son el origen sobre toda mi reflexión sobre esta cuestión. Mi primer formación es en Historia, soy licenciado en Historia, después hice el doctorado en Comunicación, así establecí vínculos e intereses intelectuales y académicos con el trabajo de ella, que acabaron haciendo mi doctorado no historia, sino en comunicación, siguiendo la línea de trabajo que ella marcaba, la teoría sobre el androcentrismo, entendido no exclusivamente como una perspectiva de género, sino como una perspectiva que permite articular las diferentes discriminaciones que se hacen en todos los sentidos, cómo las sociedades construyen una discriminación de unas personas sobre otras, argumentan el yo para diferenciarlo del vosotros o del nosotros, cómo esto corresponde a una serie de diferenciaciones que no

solamente tienen que ver con el género, sino que tiene que ver también, con la clase social, con la edad de las personas, con el origen geográfico de procedencia, por tanto con las significaciones, etc., son una serie de categorías que intervienen aquí de forma conjunta, se acaban articulando para que tengamos identidades múltiples y que algunas de estas identidades, o cada uno de estos factores de la propia identidad que permiten determinar una determinada posición social, a todo esto llegué más o menos a través de Amparo Moreno, a ti te recomendaría, a ver si puedes, localizar, seguro que sí, una serie de textos base de ella, pero para empezar un libro con el título “De qué hablamos y no hablamos, cuando hablamos del hombre. Treinta años de crítica y alternativas al pensamiento androcéntrico”, es una compilación de artículos suyos, te recomiendo que te leas la segunda parte del libro o la tercera parte, como mínimo a partir de la página 172 en adelante, pues esto sería muy interesante que empezaras por aquí. Esto te va servir para poder argumentar, para poder explicar por qué cuando hablamos de memoria hablamos de la vida de las personas en un sentido general. Nosotros lo que partimos es de que el lugar de nacimiento de cada uno, le confiere ya, una situación en el mundo que hace que recibamos una determinada memoria histórica que proviene de las generaciones anteriores, es decir, no es lo mismo nacer en Colombia que nacer en España, pero no es lo mismo nacer en determinada ciudad y en determinado barrio de esa ciudad porque las ciudades también están estructuradas a partir de determinadas características de las personas que las han construido y las habitan. Depende de dónde uno nazca y finalmente depende de en qué familia nazca y en qué momento histórico va, va a recibir ya, una determinada memoria, porque la familia ya nos incorpora memoria nos da memoria que es el recorrido que esas personas han realizado en su vida y lo que también han aprendido desde el momento de su nacimiento y todo esto nos lo transmiten, nos transmiten los gestos, nos transmiten las palabras, nos transmiten los conocimientos y luego de esto, vamos completando a través de

lo que recibimos a través de la enseñanza escolar, lo que recibimos a través de otras personas, y para nosotros por supuesto es importantísimo lo que recibimos a través de los medios de comunicación, los medios de comunicación son constructores de memoria y en las sociedades contemporáneas es importantísimo. El flujo continuo que recibimos de ideas, propagandas y de imágenes nos van construyendo desde el momento en que nos exponemos también a los medios de comunicación, y por lo tanto todo esto se va a interrelacionando, se va tejiendo y vamos construyendo nuestra memoria.

Bueno, esta es nuestra perspectiva, evidentemente lo que sucede a las instituciones, lo que sucede en la vida política, los acontecimientos colectivos, todo esto es importantísimo también y marcan nuestra vida, el hecho de que hemos nacido en Estado determinado como tú en Colombia o yo en España, pues ya estamos diciendo muchas cosas, es decir que nacemos ya después nos implicará una determinada lengua, unos determinados quehaceres, una determinada forma de vivir desde el momento en que nacemos, por lo tanto todo lo institucional es importantísimo, sobre todo cuando hay acontecimientos tan terribles como una guerra o una dictadura, pues evidentemente nos marca una vida, de la misma manera en la que nos marca también una democracia, depende de cómo sea esta democracia y para un grupo de personas que viven en nuestro mismo tiempo y que nacen en países con sistemas económicos y políticos más o menos iguales o semejantes.

Esta es nuestra perspectiva y de aquí el gran problema que siempre nos hemos planteado qué es ¿cómo articular la memoria personal con la memoria colectiva?. La memoria colectiva siempre ha acabado siendo alguna forma de explicación, alguna forma de simplificación, alguna forma de explicar qué es lo que nos sucede a todos y que siempre es más o menos incompleta, es más o menos incompleta primero, porque la labor de los

historiadores en general ya consiste precisamente en esto, consiste en seleccionar acontecimientos para explicar el pasado en función de una determinada perspectiva del presente, queremos explicarnos el ahora, el presente de una determinada manera, y necesitamos argumentarlo en función de qué es aquello que está sucediendo. Lo que pasa es que nuestra perspectiva social, nuestra perspectiva sobre el presente, evidentemente influye en la manera en que vemos el pasado y seleccionamos todos esos acontecimientos, por esto, la vida de mayoría de las personas, de las visiones generales de la historia se ha excluido y hay versiones de la historia que han estado centradas exclusivamente y continúan siendo la visión predominante, que es explicar qué es lo que le ha sucedido a estas personas que ocupan los centros de poder, es decir, los presidentes de Estado, las personas que ocupan las instituciones públicas, lo que ha sido la vida de los generales, etc., etc., Por esto se ha incluido al resto de las categorías sociales, el resto de las clases sociales he incluso como aquí tengo durante muchísimo tiempo, la historia de las mujeres, ha sido un apartado marginal cuando no, absolutamente invisibilizado de la historia política. Entonces, cómo coordinar todo esto, esta visión general con estos acontecimientos de la vida personal, lo que nos permite ver cuando coordinamos los dos aspectos, lo que nos permite es que las explicaciones generales son incompletas, porque resulta que al final lo que nos explican las personas individualmente, a veces no tiene nada que ver, porque la experiencia personal precisamente lo que nos viene a decir es una muestra en cuanto a nuestra insatisfacción por lo que está sucediendo y cómo hemos tenido que buscar las personas recursos precisamente para contrarrestar todo aquello que nos venía dado por la formas de vida de las cuales estamos desarrollando nuestra vida, y otra veces evidentemente lo que nos demuestra es que dentro de acontecimientos colectivos, cada persona ha buscado cuáles eran los mejores recursos, es decir, por ejemplo en España entre los años 60 y 70 se produjo una gran inmigración desde el campo a la

ciudad, esto es un fenómeno general que lo podemos citar de esta manera, pero que no acaba de explicar por qué algunas personas decidieron emigrar y otras no, y por qué algunas personas decidieron emigrar a unos lugares y otras a otros, por qué se tomaron las decisiones, cuando llegaron a esos lugares con qué se encontraron, cómo resolvieron los problemas de la adaptación a esos lugares, para todo esto es que se necesita la memoria personal. La memoria personal lo que tiene que explicarnos es cómo dentro de esta, porque no podemos evitar haber nacido en un lugar y en un tiempo, por tanto, dentro de este marco general es donde vivimos, donde hemos nacido o donde pasamos nuestra infancia o nuestra juventud, de qué manera nosotros nos hemos ido ubicando y hemos encontrado las múltiples o diferentes maneras en la que nos hemos ido acomodando y desarrollando en esa sociedad, buscando siempre las mejores opciones.

Por eso verás cuando leas alguna cosa de Amparo Moreno, para nosotros es muy importante la diferenciación de las etapas de la vida, porque cuando trabajamos la memorias lo que decimos es, en el momento del nacimiento nosotros nos encontramos con una determinada situación (el haber nacido en tal lugar, en tal familia, en tales condiciones), por tanto la infancia es una época en la cual nos vamos nutriendo y vamos incorporando toda la memoria social; en la juventud nosotros empezamos a tomar decisiones y aunque continuamos siempre en ir incorporando memoria, empezamos a tomar nuestras propias decisiones de vida, tenemos que tomar decisiones que algunas son de carácter laboral, otras de carácter personal y familiar, decidimos formas de familia, tener hijos o no tenerlos, casarnos o no casarnos, vivir en un lugar o en otro, por lo tanto empezamos a construir nuestra propia historia, empezamos a construir nuestra propia vida de una forma mucho más autónoma; durante la adultez, lo que hacemos es, aparte de continuar construyendo nuestra propia vida, comenzamos a transmitir nuestra memoria a las siguiente generación, por lo cual lo que resulta es que

esa siguiente generación que serán nuestro hijos, sus referentes ya no serán los mismos que cuando nosotros nacimos, porque nosotros ya hemos incorporado otros conocimientos y hemos cambiado las formas de vida, cada generación cambia las formas de vida de la siguiente y por lo tanto transmitimos unos conocimientos que son diferentes a los conocimientos sociales, por tanto a la memoria colectiva que nosotros obtuvimos. Bueno, y este diríamos es el ciclo y por lo tanto el traspaso de unas generaciones a otras resulta también que es muy importante.

Bueno, lo que he hecho, es concretamente en este caso, ir desarrollando diferentes procedimientos que como me has dicho ya los has visto. Durante una época donde no había Internet, cuando trabajé en la escuela de adultos y donde empecé todo mi trabajo de tesis doctoral, pues no teníamos ordenadores, y los primeros ordenadores que se incorporaron a la escuela pues no disponían de internet, por lo tanto buscábamos otras formulas para hacerlo, todo este trabajo de recuperación de la memoria, trabajábamos con grabadoras con cintas de casete, trabajábamos fotografiando objetos, íbamos escaneando documentos, la última de mi tesis doctoral, ya en la escuela había un escáner con el que podía escanear los documentos que las personas me aportaban, documentos que son también testimonio de la historia de vida de la gente, es una cosa muy interesante, no solamente porque construimos relatos de vida, historias de vida, sino movernos a partir de los objetos, las personas conservamos objetos que han sido importante para nosotros, porque tienen un valor, tienen un significado, y la explicación de estos significados rememora tantas cosas, como los recuerdos de las personas, los recuerdos y acontecimientos de la gente de una forma mucho más viva y por supuesto el trabajo con las fotografías, no solamente me sirve una fotografía a mi como experto historiador que quiero tal, sino que lo que me tiene que servir sobre todo es el relato y la evocación que aquella persona hace de cuando se hizo la fotografía, el recinto de qué manera

aparece, cómo aparece, todo esto es lo que acaba de darle un carácter diferencial y único a aquella imagen y a aquel relato.

Luego comencé a trabajar con Blogs y lo que hacíamos era, bueno cuando pude disponer de un aula de informática para trabajar con población adulta y enseñarles informática y enseñarles el funcionamiento de un ordenador, evidentemente una forma muy práctica de hacer, era primero que construyeran relatos utilizando una hoja de un procesador de texto y que le incorporaran una imagen, luego cuando fue posible porque ya teníamos conexión a Internet y las herramientas 2.0 se fueron desarrollando, fuimos utilizando blogs de forma que esos relatos los íbamos subiendo a estas plataformas y después de estas experiencias que eran de formación con población adulta, no si has visto el artículo que publiqué precisamente en la Revista Q de la UPB, es una revista de Educación y Tecnología, hace algunos años publiqué un artículo en donde precisamente explicaba cómo había estado trabajando precisamente utilizando blogs con la población adulta, explicaba que aprovechaba el espacio de la información para que pudieran compartir sus memorias y a difundir y explicar por qué esto resultaba interesante como una aportación a un conocimiento local a un conocimiento de una determinada población que es donde trabajábamos.

Bueno, este sería un recorrido que sería digamos, el que está relacionado con mi paso por la formación de adultos y mi trabajo con población adulta, luego había otro simultaneo que tenía que ver con la formación universitaria, también nos plateábamos ¿cómo construir una historia, desde una perspectiva de la historia de la comunicación, que nos es la historia de los medios de comunicación, sino la historia de cómo nos comunicamos los seres humanos utilizando y que por lo tanto también es la historia de los contenidos? Y no solamente la historia de las tecnologías: nos comunicamos, cómo nos comunicamos, para que nos comunicamos, cuáles son los contenidos y por tanto cuál es el imaginario a través del cual

podemos transmitirnos el conocimiento también. Bueno, entonces hemos construido diferentes plataformas para propiciar que los estudiantes pudieran hacer experiencias de este tipo y después también hemos hecho alguna experiencia generando portales de ciudad, yo creo que para ti es lo más interesante, el tema de los portales de ciudad, porque esto que ha significado, lo hicimos en dos lugares, lo que pasa es que el problema de la financiación, los cambios políticos de los ayuntamientos, de estas cosas, ha hecho que las plataformas no estén activas ya. Ahora estamos embarcados en otra aventura, que aún no podré enseñarte nada, pero dentro de un año esperamos que realmente se pueda ver.

Los portales de ciudad, lo que pretendíamos era generar un espacio en el cual poder combinar los conocimientos eruditos, expertos en los cuales se da información sobre la historia, pero una visión de la historia que realmente contemple a todos los seres humanos, esa perspectiva no-androcéntrica de la que hablamos, con la incorporación de documentos personales. Entonces, incluíamos herramientas para que los ciudadanos pudieran hacer este tipo de aportaciones, ahora lo que tenemos en marcha es un proyecto del que tenemos financiación con un banco muy importante aquí en España, que nos ha dado una subvención a través de una convocatoria que hacen, y el proyecto se titula [humanismoplural.com](http://humanismoplural.com), hay un tema que está actualmente muy relacionado con esto que es el de las humanidades digitales, este es un concepto que aparece para explicar que las nuevas tecnologías, Internet especialmente, ha hecho que el trabajo de todos los técnicos, de todas las personas que se dedican a las humanidades esté en un proceso de transformación acelerado, y que además que no tenga ningún sentido, sino se hace realmente utilizando todas estas nuevas posibilidades, aparece entonces aquí el concepto de humanidades digitales, el problema de este concepto, es que la mayor parte del proyecto lo que se limitan a replicar lo que se hacía tradicionalmente en archivos, repositorios, bases de datos y

trasladarlo, y ahora utilizo este tipo de recursos, pero no hay una perspectiva nueva, no hay replanteamiento general de cuál es el significado que tiene realmente la utilización de estas tecnologías y de qué manera están cambiando también el conocimiento, cómo nos puede permitir elaborar nuevas formas de conocimiento. Pues el proyecto que nosotros estamos trabajando, lo que incide es en este punto, de decir, no se trata solamente de que construyamos una base de datos sobre historia con aportes de unos y de otros, sino que la parte fundamental y lo que tiene que tratar de ver es cómo podemos presentar todos esto y cómo interrelacionarlos de tal manera que construyamos una nueva perspectiva, construyamos una nueva visión, eso es ahora en lo que estamos, en lo que estamos trabajando con una cierta dificultad porque el tema es complejo, pero es lo que en este momento estamos abordando, en un año tenderemos algo para mostrar. Ahora se le está dando muchísima importancia a los mapas, los mapas son formas de mostrar el conocimiento, de manera que permite que cada persona pueda hacer un recorrido personal, que cuando mostramos la información sobre un mapa, yo puedo decidir por dónde comienzo, las estructuras tradicionales, que son lecturas lineales (inicio en la página 1 y acabo en la 600) me ofrece una lectura que está perfectamente estructurada porque me la ha generado el texto, los mapa digitales, lo que me permiten es que los elementos sensibles yo los puedo activar en el orden que yo quiera, por lo tanto yo puedo empezar a construir la lectura, a partir de una determinada connotación, una determinada vía, un determinado espacio y ver cómo este se relaciona con todos los demás. Y esto es lo que estamos tratando de hacer, y no solamente muy interactivo por el hecho de las posibilidades que nos ofrecen las herramientas, sino que esta interactividad y esta participación tengan una lógica en la construcción del conocimiento, eso es lo que estamos intentando hacer, espero que para finales de año esto ya se a visible y que la plataforma se tenga ya conceptualizada y que la tengamos ya desarrollada. Desde el campo más técnico esto te resulta interesante porque

al final, esta oferta que harás para este canal de televisión también tiene que ir por aquí, es decir, no solamente en utilizar, pienso yo, te sugeriría es, no solamente utilizar las herramientas que ya viene predefinidas, sino intentar realmente generar un espacio diferenciado, generara algún tipo de plataforma que dé nuevas posibilidades.

AMVR: con respecto a esos trabajos que usted ha realizado, en sus artículos pide leer que ha analizado distintos tipos de proyectos relacionados con memoria histórica relacionadas con la guerra civil. ¿Usted cree que es posible que por medio de Internet y la Web 2.0 las personas sí participen en este tipo de procesos de memoria histórica? ¿De qué dependerá que algunas experiencias funcionen y otras no?

PMRN: Aquí depende mucho la motivación de las personas que se van a implicar o no. Haber, ¿tú estás pensando en una plataforma que sería de acceso abierto en el cual cualquier persona pueda hacer una aportación en el momento que quiera? O ¿estás pensando en generar dinámicas para que esto suceda o que se haga en determinados lugares?, es decir ¿cómo estás pensando esa participación?

Aquí lo que sucede es, si tú generas una herramienta, por muy potente que sea, si no hay un público interesado en utilizarla, pues se va a quedar en nada, por muy interesante que sea el planteamiento a través del cual puedes llegar, concretamente lo que yo explicaba en ese artículo, es que cuando hay un objetivo claro, las personas están motivadas y además, cuando ven que este objetivo puede ser compartido y que además quien lo propone es realmente alguien que no solamente prestigio y credibilidad y por lo tanto pueden estar interesados. Por ejemplo, recuerdo que uno de los proyectos que analicé fue el del Diario periódico de Cataluña, que es el diario con más edición en Cataluña, y tuvo una campaña muy concreta en el punto,

diciendo: buscamos fotografías que haya en los álbumes familiares de las personas que nos muestre cómo se vivían durante la guerra civil en Cataluña. Lo que proponían es, esto no solo va a generar un espacio digital con el periódico, sino que se hará una muestra fotográfica con el apoyo del museo de arte nacional de Cataluña de tal manera que esas fotografías tendrán una gran (valoración). Esto en el momento en España el movimiento de recuperación de la memoria histórica de la guerra civil estaba en auge, tuvo mucho impacto, y además fue un proyecto donde ya iban subiendo fotos cuando tú quieras, sino que acotaba el tiempo al decir, recogeremos lo que haya durante este tiempo, trabajaremos con esto y a esto le daremos una gran importancia y nos servirá para hacer estas cosas. Esto es mucho más motivador que cuando uno simplemente se encuentra un espacio abierto en que puedes participar, pero que no sabes exactamente a dónde te llevará. Hay que dar incentivos, hay que dar visibilidad.

Un proyecto que ha funcionado muy bien en España y que fue muy interesante, fue el museo virtual Viejas Fotos del Diario 20 Minutos, que es gratuito, y este trata simplemente de que las personas puedan subir fotografías y hacer un comentario sobre esta fotografía y que tenga que ver o sea de su álbum personal o de su álbum familiar, esto ha tenido realmente mucho éxito, y esto por varias razones, una es el perfil de diario, es un diario gratuito, de dispensa popular, de esos que se reparten a la salida del metro, pero ya no se publica pero continua con la versión digital. Entonces hizo la gran campaña a través su prensa en papel para potenciarlo y se daba mucha visibilidad a las fotografías, a aquellas más interesante, luego se hacía campaña concretas con aquellas por ejemplo que tenían por el verano entonces tenía fotografías de playa, cuando llegaban las navidades sobre la navidad, en fin, campañas muy concretas, de las cuales se tenían a las personas que hicieran esa de aportación que complementara ese mosaico, que completara ese álbum, luego se daba la posibilidad de comentarlas, de

manera que se establecía un diálogo entre las diferentes personas que participaban, y al final se ha hecho un depósito de muchas fotografías, absolutamente impresionante. Ahora el nivel de participación ha bajado bastante, precisamente desde que se dejó de publicar el diario en papel, porque aquel era un recordatorio permanente de la gente que salía del metro y que se llevaba el diario.

Todo este tipo de campañas son muy importantes, si lo que tú me dices se trata de un canal de televisión, que tiene implantación y que por lo tanto puede utilizar la programación, los noticiarios para pedir contribuciones, etc., etc. puede ser una plataforma fantástica y sobre todo hay que buscar bien todo este tipo de estrategias de comunicación y tener una cierta atención a que los objetivos no se desvíen, porque como ya sabes hay personas que utilizan cualquier tipo de plataforma para colar lo que les interesa o a veces poner comentarios que no son pertinentes en lo absoluto por diferentes motivos, que pueden resultar muy desagradables para la persona que quiere subir una fotografía y con todo el cariño, porque es una fotografía familiar importante, que tiene un valor sentimental para ella muy grande y de pronto llega alguien que hace un comentario desagradable y por esto evidentemente no volverá a participar, por lo tanto esas cuestiones también hay que cuidarlas. Bueno, hay diferentes cuestiones que intervienen, hay un trabajo que fue del seguimiento de cómo las organizaciones que se dedican a la recuperación de la memoria histórica sobre la guerra civil del franquismo, estaban utilizando la web 2.0 para difundir sus mensajes.

AMVR: Está es la investigación de 2009 “Redes para la recuperación de la memoria histórica a través de la web 2.0”

PMRN: Aquí yo me dediqué, por un tiempo corto, a buscar todos los recursos que estaban utilizando este tipo de entidades, tenemos las páginas web, que

se estaba trabajando a través de foros, después se utilizaba otros tipos de formas de comentarios; más o menos vi para qué tipos de cuestiones utilizaban cada uno de los recursos, que había gente que incluso también los estaba utilizando para subir videos que estaban relacionados con todo esto, pues cuando yo hice esto en el 2009, que era durante el gobierno en España de Zapatero, del presidente socialista, donde se conseguían subvenciones para las entidades que se dedicaban a estas cuestiones para la exhumación de los cadáveres, es que España aún está llena de fosas con cadáveres de la guerra civil y sin identificar y es un problema que tenemos y hace que la cuestión continúe candente. Durante ese momento todo esto funcionaba, al poco tiempo, cuando hubo el cambio de gobierno actual, que es gobierno de derecha, el del partido popular, se dejó de apoyar todas este tipo de cuestiones, las subvenciones para hacer todo este tipo de actuaciones también desaparecieron y por otra parte esto coincidió con el inicio de la crisis económica, se dieron los dos factores: la gran crisis económica con el gobierno de derecha en el poder, que todo esto no quiero de ninguna manera tocarlo porque no me interesa, pero las filas del partido están de todas maneras llenas de gente que participan de la ideología que dio origen a la guerra civil y por lo tanto todo esto no sucedía. ¿Qué es lo que sucedió? Que es confluencia de los dos elementos, de pronto cuando yo, en poco tiempo quise hacer una revisión de todos estos espacios, la mayoría ya habían sido abandonados, ¿por qué?, porque ya no había gente que tuviera tiempo para poderlos utilizar, porque las prioridades eran otras, a veces de carácter económico, la agenda política había cambiado también, las tecnologías también estaban cambiando, entonces sucedió que hubo gente que también se estaba desplazando desde la utilización de estas plataformas hacia la utilización de redes sociales como medio de comunicación para gente interesada en una determinada temática, pero en un muy poco tiempo encontré con que realmente se habían abandonado, pero absolutamente, todas estas plataformas, es decir que hay otros factores de carácter social,

económico, es decir que están en el clima cada momento, que intervienen en que pueda resultar más o menos interesante proyectos de estas características.

De todas formas, por lo que tú misma explicas, por lo que te interesa, no es algo que pueda estar tan afectado, pero no deja de ser importante también, saber en cada momento cómo las persona en un país o en la región en este caso en concreto, puedan estar interesadas por ese tema y ver cómo acabarlo de enfocar para que realmente atienda las cuestiones que les puedan parecer más interesantes.

AMVR: ¿Cuáles son los elementos desde la comunicación que debe tener un modelo para la recuperación de la memoria histórica? ¿Cómo la Web 2.0 puede efectivamente contribuir en la consecución de este tipo de objetivos? ¿Cómo ve Usted el tema del trabajo colaborativo con respecto a este tipo de estrategias? ¿la memoria colectiva y la memoria histórica se complementan o son completamente diferentes?

PMRN: Algunas cuestiones por delimitar. Por lo que he entendido y por lo que me explicas, lo que tú te vas a proponer es: estrategias para que las personas puedan hacer aportaciones, pero en el sentido de comprender la historia del canal. Un canal no aparece si no es en unas determinadas circunstancias, sociales, políticas y económicas que te tienen que dar toda una serie de elementos: hay un determinado público, hay un territorio que está identificado de una determinada manera, que tiene una cierta homogeneidad y por lo tanto los podemos atender ofreciendo noticiarios y programas que tengan en cuenta las características concretar de la población de ese territorio, por lo tanto ¿qué necesitamos? , primero comprender esa situación, porque si no los aportes que vas a pedir no vas a entender para qué sirven y cuáles son los nexos entre ellos, claro para que

no se quede en la anécdota de que uno te diga: a pues yo vi este programa, me gustó mucho y la pasé muy bien y bueno, yo cuando era pequeño veía este programa infantil y así, para que no sea exclusivamente anecdótico tienes que incorporar los elementos sociales necesarios, tales como: ¿cómo se plantea la creación del canal? ¿A qué público, en qué contexto, en qué territorio, qué ha ofrecido el canal?, todo esto tienes que conocerlo, si no haces todo esto, tú después puedes interpretar el tema del engaño y después puedes ver los temas estructurales, sino tienes esta explicación construida, pues lo que va resultar es que no dejan de ser “peces en acuario”, es decir cada uno hacía un lugar. Tienes que ver esto, porque también tienes que comprender por qué determinados productos de los medios de comunicación tienen incidencia o no tienen incidencia. Por ejemplo, tendemos a despreciar determinados productos mediáticos por considerarlos inferiores a otros, por lo que hay una jerarquía y hay una hegemonía cultural, consideramos que hay productos de la cultura, que son de alta cultura y otros en cambio que se corresponden con cultura popular y a veces incluso, con un mal gusto y los despreciamos; consideramos que informaciones de carácter político tienen que ser de interés de todo mundo, en cambio la información de sucesos consideramos que es algo morboso o consideramos por ejemplo, el hecho de que la gente se acuerde de la publicidad, pues tiene más que ver con el marketing que con los contenidos de la publicidad, todo esto es necesario darle la vuelta, porque si todo esto lo planteamos de esta manera es un fracaso absoluto para la comprensión de cómo construyen las personas su memoria a través de los medios de comunicación. Necesitamos comprender la cultura popular de América Latina desde los estudios de Martín-Barbero, es un enorme referente para comprender todas estas cosas y necesitamos también comprender de qué manera las personas usamos también los medios de comunicación para resolver nuestra historia, te recomendaría también muy encarecidamente, me parece un trabajo brillantísimo, un artículo de Amparo Moreno también, en el cual ella hizo un

seguimiento sobre un diario español que se llamaba El Caso, que en su época, durante los años 60 y 70 era la prensa más vendida en España, era prensa de sucesos y qué explicaba, hablaba de los crímenes, robos, estafas de la semana, esta era la prensa más leída, esto desde un punto de vista de la cultura legítima, podríamos plantear que califica a una población con una baja tasa de alfabetización, poco interés por la actividad política, con poca implicación social, en fin, pero se puede hacer una lectura completamente diferente, que fue la siguiente, lo que sucedía en aquel momento tanto en los años 60 y 70 era que las ciudades estaban creciendo enormemente, llegaba muchísima gente, hubo un gran movimiento migratorio del campo a la ciudad en España, pues lo que sucedía es que la gente que hace estos procesos de migración vienen a las ciudades sin referentes ni modelos de comportamiento y lo que les plasmaba este tipo de prensa, eran cuáles eran los modelos sociales que pensaban fracasaban en las ciudades, cuáles eran los peligros de vivir en la ciudad, y no solamente desde los artículos, si no de la publicidad, es decir, la publicidad en las páginas de este tipo de prensa, lo que se explica es, si tú solamente no quieres ser una persona que llega a una ciudad, sino que realmente quieres vivir en un entorno urbano con costumbres urbanas y con procedimientos de carácter urbano, tienes que tener esto, tu casa tiene que disponer de lo otro, estas son las novedades que aparecen en este momento y si el estrato de vida al que tú aspiras es este, pues tienes que no solamente disponer de la capacidad económica, tienes que gastar en los elementos que realmente te proporcionan ese estatus social y esto nos lo muestra la publicidad de los medios de comunicación. Lo que se ve es que por ejemplo, analizar lo que publicaban estos artículos, pues resulta que finalmente cuando estaban hablando de que a una chica que estaba dedicándose al servicio doméstico en casa de una persona la habían metido a la cárcel porque le había robado, a la gente le interesaba este tipo de noticias porque habían muchas chicas que llegaba a la ciudad para trabajar en el servicio doméstico, entonces de alguna manera se veían

enfrentadas a los peligros o riesgos de que les sucedieran determinadas cosas. Esto que sucedía con la prensa de sucesos de aquella época, después ha continuado con la prensa del corazón la prensa que seguía a los famosos, esta prensa no deja de informarnos de cuáles son las formas de vida de determinadas clases sociales y por lo tanto cuáles podrían ser las aspiraciones del resto de la sociedad, pero también de cuáles son los valores sociales, cómo se van transformando estos valores sociales de tal manera que un momento, puede ser inter valores de carácter religioso que poco a poco van a expandiéndose, formándose otros tipos de valores, cómo es visto por ejemplo, el matrimonio, las familias multiparentales, la homosexualidad, cómo va transformándose todo aquello que tiene que ver con la vida privada de las personas y para esto cómo necesitamos modelos y necesitamos también una educación sentimental, pues necesitamos modelos de los medios de comunicación, que son las herramientas que utilizamos actualmente para actualizarnos de la realidad social y mirar en qué estado se encuentra la nuestra. Entonces es necesario hacer esta relectura de manera que cuando realmente a las personas les estamos pidiendo que nos informen de qué manera veían un determinado programa de televisión que pudo ser famoso en una época ¿qué tipo de publicidad recuerdan?, ¿cómo la recuerdan?, ¿cómo han compartido todo esto? y ¿de qué manera les han influido en su vida?, que no lo hagamos desde una perspectiva negativa, que incluso al final acaba recriminando a las persona sobre su comportamiento, por gomosos, por un escaso de interés estéticos, etc., sino que comprendamos que todo esto resuelve situaciones de vida de las personas, que socialmente es absolutamente necesario con las estructuras sociales de las que disponemos actualmente. La comprensión y el reconocimiento de todo esto es lo que a uno le hace ver cómo ha ido evolucionando este medio de comunicación y por lo tanto cómo puedes ir interrogando por él y de qué manera puedes ir engarzando las aportaciones que te vayan haciendo y de qué manera les puedes ir dando sentido y en este caso, esta sería la relación

entre lo personal y lo colectivo, es decir, el medio decide una determinada programación y a la vez recibe una serie de ofertas de publicidad para incorporar sentido y aquí tenemos los elementos de lo colectivo, que es que los usuarios se ponen delante a la televisión, y pueden ver o no ver, pueden decidir sobre si quieren ser consumidores o no de ese tipo de productos. A parte de todo esto, resultará que la recepción, la lectura, la influencia que pueda tener sobre determinadas personas, pues dependerá de su situación social, del momento en que se emite, de la generación a la que pertenecemos porque nos interesará más un tipo de producto que otro tipo de productos. Son toda esta serie de elementos los que tienes que hacer confluir para realmente comprender todo esto, no pierdas de vista que al final lo que estás haciendo es un trabajo de historia, es verdad que tu historia de la comunicación, es que cuando hablamos de historia de la comunicación lo que estamos diciendo, lo que estamos poniendo en evidencia, es que la comunicación es un elemento estructural, fundamental de la acción social, tenemos que entender que no hay acto social que no refiera a la comunicación: las comunicaciones de masas, las comunicaciones digitales, no solamente recurrimos a la comunicación interpersonal por importante que esta sea, sino que hay unos medios que son referentes y son lecturas del mundo, y tienen esta capacidad también de informarnos, no solamente a través de lo que se nos dicen, sino de informarnos conjugándose e interactuando con nuestras aspiraciones, con nuestras opciones, nuestros deseos y por lo tanto también, de la situación que estamos viviendo. Te diría que intentes sobre todo, verlo también desde esta perspectiva de historia de la comunicación. Te invito entonces a que te leas algunas cosas de Amparo Moreno, es el fundamento, si quieres entender todas estas cuestiones, tienes que leer publicaciones y el libro que te comenté.

AMVR: Con respecto a lo colectivo que Usted mencionaba anteriormente, ¿la memoria colectiva favorece o está relacionada con la memoria histórica en

qué sentido, o son conceptos que completamente diferentes o el uno depende del otro?

PMRN: hay que decir que hay una gran confusión en la terminología, diría que al final hay muchos investigadores que lo están diciendo, lo que resulta es que al final cada uno se está haciendo su propio catalogo, está construyendo su propio tesauros, cuando hablo de memoria histórica te hablo de esto, cuando hablo de memoria colectiva hablo de esto otro, te puedo esclarecer un poco como yo lo estoy utilizando. La memoria histórica tiene que ver con que las personas tenemos una determinada concepción de cuales son los orígenes de nuestra sociedad, hay un historiador francés muy importante en ese sentido que es Pierre Nora que construyó una obra magna que se titula “Los lugares de la memoria”, en el que él explicaba cómo los espacios urbanos eran espacios de memoria porque estaban llenos de monumentos que nos explicaban a cada momento de dónde venimos, en las calles de las ciudades encontramos que están nombradas de una determinada manera porque se reconoce a determinadas personas, determinados acontecimientos históricos que se les da valor, y como a esto se le da valor, entonces habrá una calle dedicada a cierta persona, habrá una plaza con el nombre de alguna batalla, además habrá monumentos de distintos personajes, de forma que los espacios públicos son continuamente espacios que nos sirven para recrear, para recordar, para que tengamos presente cuál es el lugar el cual vivimos, y esto tiene que ver evidentemente, con todo aquellos que nos explican en las clases de historia desde que estamos en el colegio, lo cual también nos van explicando cuando son de determinado país, cuáles son sus hechos gloriosos, cuáles son los monumentos más importantes, cuál ha sido la historia del arte de este país, cuáles son nuestros monumentos a proteger, patrimonio de la humanidad, etc.; en las visitas turísticas también se nos muestran los lugares representativos, los personajes importantes, sobre todo aquellos que tuvieron

poder político, económico o social. También se encuentran las celebraciones, días en los que se recuerdan hechos importantes, con todo ello vamos reconstruyendo nuestra memoria histórica, toda sociedad tiene una perspectiva de cómo se ha ido construyendo que si tú le preguntas a cualquier persona las cuatro cosas básicas, todo mundo se las sabe, esto sería la memoria histórica. Mientras que la memoria colectiva, para mí, incorpora la experiencia personal, familiar que tenemos cada uno de nosotros y por lo tanto incorpora también la memoria que tenemos de los medios de comunicación. Cada generación ha configurado sus imaginarios con relación a los medios de su época, en las actuales por ejemplo, se hará con Internet y con todas estas plataformas como redes sociales. La memoria histórica tiene más bien una consciencia de tipo nacional y la colectiva depende de tu entorno, el barrio la ciudad, la clase social, por lo tanto tiene que ver con el recorrido personal, con una memoria personal, entonces la suma de memorias personales, es la memoria colectiva.

Anexo 4. Guía de sistematización de experiencias de recuperación memoria histórica en medios sociales digitales

Guía 1. Sistematización de experiencias de recuperación memoria histórica en medios sociales digitales	
Nombre de la experiencia	Lima antigua
Dirección Web	<a href="https://www.facebook.com/limantigua">https://www.facebook.com/limantigua</a>
País y año	Perú, 2009
Responsable(s)	Vladimir Velázquez
Objetivo	Digitalizar material visual histórico sobre la ciudad de Lima. Se encuentran fotografías, publicidad y recortes de prensa o noticias relacionadas con las publicaciones.
Medios sociales digitales empleados	Facebook, Blogger, Instagram, YouTube y Twitter
Número de usuarios	96.166 fans
Características de los usuarios	Los usuarios son diversos, principalmente son limeños o personas que conocen y aprecian la ciudad de Lima.
Niveles o tipos de participación de acuerdo al medio social digital	En Facebook, los usuarios pueden comentar las fotografías publicadas, compartir y publicar contenido, principalmente texto. Aunque el proyecto emplea varios medios sociales digitales, la interactividad se da principalmente en Facebook, las demás plataformas permiten difundir el contenido y dar a conocer el proyecto.
Estrategias empleadas para la recuperación de memoria histórica	El administrador de la comunidad es quien principalmente ubica o recibe donaciones de material fotográfico o visual histórico sobre Lima, aunque también hay material actual. La información es digitalizada y organizada en álbumes. Cada fotografía posee un texto descriptivo. Las fotografías están organizadas en 462 álbumes, cada uno de ellos tiene una descripción en la que se incluyen fechas, lugares, nombres y eventos. Las personas pueden hacer donaciones de material, este pasa a ser avaluado y digitalizado. Se observa que con la información descriptiva del material visual, las personas realizan aportes o datos históricos que permiten ampliar la información. El uso

	<p>de noticias relacionadas con el tema, motivan también la participación de los fans del sitio.</p> <p>Para finalizar, la estrategia tiene éxito puesto que hay un rol, en este caso el administrador del grupo, que lidera la publicación del material y además organiza la información por temas, esto facilita la participación de las personas.</p>
Estrategias de trabajo colaborativo empleadas	<p>No se evidencia una estrategia concreta que incite al trabajo colaborativo, sin embargo la cultura de la participación se ha ido desarrollando a lo largo del tiempo, puesto que hay muchos fans en constante</p>
Estrategias de inteligencia colectiva empleadas	<p>Aunque hay aportes de los fans del sitio, la construcción colaborativa alrededor de los espacios señalados en la fotografías no termina siendo retomada para afinar lo que se logró con la participación de los usuarios, es decir, algunas descripciones que reseñen lo que ha logrado construirse.</p>

Pantallazo Lima Antigua (Facebook)

## FOTOS - EL MUNDIALITO DEL PORVENIR

Actualizado hace más de un año

<https://www.facebook.com/limantigua>

Unas fotografías del "Mundialito del Porvenir", el cual continúa llevando emoción a cientos de amantes del llamado "fútbol macho" desde el año 1950. El torneo se dio inicio en la legendaria pista de la cuadra 6 de Prolongación Parinacochas, en el tradicional distrito de La Victoria, con la participación de los más destacados jugadores "pisteros" del país. Les presentamos un álbum con fotografías del recuerdo sobre este evento deportivo.



Me gusta · Comentar · Compartir

Compartida 14 veces

A 142 personas les gusta esto.

Lo más relevante -



Lima Antigua

"La cuadra seis de Parinacochas es un santuario. Así lo sienten los victorianos amantes de este popular deporte, quienes esperan cada 1 de mayo para alentar a sus equipos. Otros barrios han seguido su ejemplo y han organizado torneos callejeros, pero... Ver más

## Mundialito de El Porvenir: "El Maracanã de un pueblo"

Hace seis décadas, el mundial de 1950 en Brasil, inspiró a un grupo de peruanos del barrio de El Porvenir para crear su propio torneo. Con dos piedras como arco y una pelota de jebe, los novatos imitaban las jugadas de sus ídolos...

ELCOMERCIO.PE

Me gusta · Responder · 4 · 1 de mayo de 2014 a las 17:08



El mundialito de El Porvenir fue el semillero. Después muchos barrios lo imitaron. Recuerdo los campeonatos que se hacían en "El Matinete" en Barrios Altos, una casucha a orillas del Rimac

Me gusta · Responder · 2 de mayo de 2014 a las 6:12



1 de mayo... día del trabajador... el mundialito de la rica Vicky... y... la carrera gran premio presidente de la república... a veces al norte... a veces al sur... lindos tiempos

Me gusta · Responder · 2 de mayo de 2014 a las 5:48



Inolvidables días, aun recuerdo cuando mi padre nos llevaba con mi hermano a ver el mundialito, donde participaban mis primos, Kiko, Chacho y Pepón Vargas. Alguno de ellos alternó junto con Cubillas, Sotil, el príncipe la Fuente y Baylón. Muchos lustros han pasado desde entonces.

Me gusta · Responder · 1 · 2 de mayo de 2014 a las 4:25



PORQUE JUGABAN CON BUZO

Me gusta · Responder · 1 de mayo de 2014 a las 19:56



Que chévere que se sienta el amor y el respeto por el juego, acá en Jesús María exactamente en la zona de la residencial San Felipe, se sentía motivación el amor y el respeto por el soccer ahí se jugaba desde principios de los 80s, pero el alcalde ocropoma nos la quito, primero la pinto puso sus arcos y mallas cuando salió reelegido alcalde quitó los arcos lo pinto de negro, Que viva el soccer

Guía 2. Sistematización de experiencias de recuperación memoria histórica en medios sociales digitales	
Nombre de la experiencia	Cali viejo – Memoria fotográfica
Dirección Web	<a href="https://www.facebook.com/groups/caliviejo">https://www.facebook.com/groups/caliviejo</a>
País y año	Colombia, 2012
Responsable(s)	El grupo tiene seis administradores: Luis Martínez, Juan Yanguas, Rafael Moreno, Nanita Linda, Caroline Yanguas y Ricardo Realpe.
Objetivo	<p>De acuerdo a la información del grupo, este espacio pretende recolectar fotografías, noticias, videos, películas y documentos antiguos que sean donados por los miembros de la comunidad. Estos aportes pueden ser de Cali o del Valle del Cauca, especificando que este material puede ser personal, familiar o de amigos, además puede ser reciente. Se indica además que el sitio espera ser un lugar de integración para quienes están aun en la región, en otras ciudades o fuera del país.</p> <p>El grupo cuenta con aproximadamente 4.830 documentos en 139 álbumes, entre los que se encuentran fotografías principalmente, videos, recortes de prensa, publicidad y otros tipos de material. Los álbumes están reseñados por fecha de publicación y no por temáticas.</p> <p>La publicaciones están relacionadas con la vida familiar, las costumbres, los eventos culturales, sitios turísticos, sitios emblemáticos de la ciudad, eventos deportivos, entre otros; los aportes son diarios y las personas pueden publicar sin restricciones, siempre y cuando sea sobre el tema que les convoca.</p>
Medios sociales digitales empleados	Facebook
Número de usuarios	29.614 miembros a julio de 2015
Características de los usuarios	<p>Los usuarios que conforman este grupo, son caleños en su gran mayoría que residen en la ciudad o fuera de ella. Se encuentran además fotógrafos, administradores de sitios en Facebook como restaurantes, empresas de turismo, así como estudiantes, docentes y otros.</p> <p>Un aspecto muy importante, es que se han organizado</p>

	encuentros presenciales entre los participantes del grupo, en los que se comparten anécdotas, se conocen y visibilizan el proyecto de Cali Viejo.
Niveles o tipos de participación de acuerdo al medios social digital	<p>El grupo es cerrado, para participar hay que hacerse miembro por medio de una solicitud que aceptará o rechazará alguno de los administradores.</p> <p>La participación consiste más que todo en publicar material histórico y realizar comentarios que aporten al debate, construya la historia y signifiquen la cultura caleña. No hay restricciones, no hay una organización temática, por lo tanto para un integrante nuevo es difícil seguir un orden bien sea cronológico o temático.</p>
Estrategias empleadas para la recuperación de memoria histórica	Cali Viejo se caracteriza por su amplitud en temas, no hay delimitación por periodos de tiempo y no se exige derechos de autor sobre las fotografías. Llama la atención observar que algunas fotografías pertenecen a colecciones publicas, como son el caso de las extraídas de la Biblioteca Departamental. Por otro lado, los álbumes familiares y personales cobran importancia, los relatos alrededor de ellos (incluso algunos en video) logran captar la atención y generar debate.
Estrategias de trabajo colaborativo empleadas	Básicamente las estrategias empleadas son las que conciernen con las características propias de Facebook para los grupos. Por lo tanto, los usuarios pueden indistintamente participar en las publicaciones que deseen, los debates se dan con liderazgo compartido, la motivación está dada en la medida en que los participantes se sienten identificados con las historias y por medio de las memorias individuales logran relatar hechos incluso de quienes fueron sus abuelos o tatarabuelos.
Estrategias de inteligencia colectiva empleadas	Se observa que los debates no están organizados por temáticas o en forma cronológica, tampoco se identifican unos hitos históricos. Facebook denomina el espacio de interacción con el nombre de "Debate", en este grupo se logra identificar que la participación encaminada a la construcción colectiva de la memoria no está mediada por estrategias de inteligencia colectiva, al menos no que estén previamente planeadas por sus administradores. Sin embargo, se observa la utilización de incentivos; el sesgo es controlado en cuanto que, los miembros están atentos a quienes publiquen información que no esté relacionada con la historia de Cali y finalmente, se utilizan, aunque en menor proporción, la etiquetación de la información.

# Pantallazo Cali viejo – Memoria fotográfica

« CALI VIEJO - Memoria fotográfica. » Agregar fotos Etiquetar

**11 de marzo de 2015**  
Última actualización: hace aproximadamente 5 meses



Me gusta Comentar Recibir notificaciones

A 19 personas les gusta esto.

-  **Sr Hector Héctor Velasquez Salazar**, nos puede explicar algo de esta foto? que es , que fecha , lugar o algo por favor , gracias y un saludo .  
11 de marzo a las 16:25 · Me gusta ·  2
-  **Promoción de que colegio ?**  
11 de marzo a las 16:51 · Me gusta
-  **creo que es Antonio Jose ca macho creo**  
11 de marzo a las 17:11 · Me gusta
-  **Me parece que es el San Luis Gonzaga.**  
11 de marzo a las 17:22 · Me gusta ·  3
-  **colegio san luis donde ahora es la asamblea del valle**  
11 de marzo a las 18:59 · Me gusta ·  1
-  **Si es el San Luis Gonzaga.**  
11 de marzo a las 19:51 · Me gusta ·  1
-  **que año porta?**  
11 de marzo a las 20:21 · Me gusta
-  **1963-64**  
11 de marzo a las 20:45 · Me gusta
-  **Alejandro en esa epoca yo estude ahi y los veo muy grandes paser de primaria que era lo que funcionba en esa epoca.gracias**  
11 de marzo a las 20:53 · Me gusta ·  1
-  **Quien tiene fotos del san andresito de hace años . del centro**  
11 de marzo a las 21:00 · Me gusta
-  **Héctor Velasquez Salazar dice que es la promoción de 1866.**  
11 de marzo a las 21:54 · Me gusta
-  **Jaja en 1866 no usaban esa vestimenta!**  
11 de marzo a las 22:07 · Me gusta ·  2
-  **Antes de que pasaran el bachillerato para la loma...**  
11 de marzo a las 23:23 · Me gusta
-  **Que pena es 1966. Los Hermanos Maristas llegaron al país a principios del siglo pasado, la primera escuela en el Valle fue en Cartago. A partir de 1963 funcionó en el edificio el Centro Preuniversitario San Luis, se unieron los dos últimos años de San Luis y el Champagnat.**  
12 de marzo a las 13:04 · Me gusta ·  2
-  **Don Hector en el 63 yo estaba ahi y era solo primaria la fucion se dio mucho despues**  
12 de marzo a las 15:29 · Me gusta ·  1
-  **Creo que Hector Velasquez tiene razon , yo también estaba ahí , venía del Instituto Champagnat, fusionado con San Luis de la loma ,como Centro Pre Universitario San Luis.Un saludo Hector!**  
12 de marzo a las 16:15 · Me gusta
-  **En 1959 yo estudié 2do de bachillerato en San Luis de la loma , y era solo de bachillerato, porque la primaria era en el centro, el director del curso era el hno daveillo...**  
12 de marzo a las 16:34 · Me gusta ·  1
-  **Un abrazo para todos los muchachos sanluseños!**  
14 de marzo a las 10:33 · Me gusta ·  1

 Escribe un comentario...

Guía de sistematización de experiencias de recuperación memoria histórica en medios sociales digitales	
Nombre de la experiencia	Cali ayer, Cali hoy
Dirección Web	<a href="http://www.facebook.com/groups/caliayercalihoy">www.facebook.com/groups/caliayercalihoy</a>
País y año	Colombia, 2014
Responsable(s)	Henry Velasco Forero
Objetivo	Es un grupo abierto que pretende unir al Cali de ayer con el Cali de hoy mediante la memoria fotográfica de la arquitectura, paisajes, gente, costumbres, gastronomía, bailes, música, folklor y arte de la ciudad. La información está organizada en 106 álbumes, algunos de ellos organizados por temáticas, otros por fecha de publicación. 26 vídeos y 4.954 imágenes entre fotografías, publicidad, memes, caricaturas, entre otros.
Medios sociales digitales empleados	Facebook
Número de usuarios	30.246 miembros
Características de los usuarios	Los usuarios son personas de distintas edades, que sienten amor por la ciudad de Cali y desean participar con fotos o relatos sobre el Cali de ayer y el de hoy. Sin embargo, por el carácter abierto del grupo, se puede observar que perfiles ajenos al objetivo, publican información publicitaria o fuera de contexto, lo que puede generar sesgo, molestia e interrumpe el ciclo del debate.
Niveles o tipos de participación de acuerdo al medio social digital	Los miembros del grupo pueden publicar información de forma abierta, es decir, sin intermedio de los administradores. A su vez las publicaciones pueden ser comentadas y compartidas.
Estrategias empleadas para la recuperación de memoria histórica	Se emplea material visual, en especial fotografías. Los relatos se dan alrededor de las publicaciones, en los que se aporta con información descriptiva que permite saber más acerca del evento, espacio o hito histórico al que se hace referencia. Esta forma de participación es importante ya que gran parte de la información publicada carece de datos como fecha, nombre de personas, lugares o eventos que se desean recordar. Por otro lado, resulta

	importante para el objetivo del grupo, que se publique además, información actual que permita hacer contraste entre la Cali pasada y la Cali de hoy, de esta manera se cumple que la memoria es lo que somos y se evidencia también en nuestro presente.
Estrategias de trabajo colaborativo empleadas	El liderazgo es compartido, aunque hay un administrador, que aunque hace más aportes de información no controla o interviene en las publicaciones del grupo, los miembros tienen el rol de colaboradores, por lo tanto se presenta mayor compromiso, aunque no hay un guión establecido (compromisos y formas de publica el material visual o comentarios), los miembros actúan de forma colectiva cuando hay publicaciones que no están relacionadas con el objetivo del grupo, por lo que reaccionan denunciando o bloqueando al miembro que incurra en este tipo de actos.
Estrategias de inteligencia colectiva empleadas	No se emplean sistemas o formas de argumentación estructurada, dado que no hay un guión de participación, se usan incentivos como reconocimiento a los participantes más activos.

Pantallazo Cali ayer, Cali hoy



Anexo 5. Guía de sistematización de medios sociales digitales del canal regional Telepacífico

Guía N. 1 Sistematización de medios sociales digitales del canal regional Telepacífico	
Nombre del medio social digital	Youtube <a href="https://www.youtube.com/user/TelepacificoCanal">https://www.youtube.com/user/TelepacificoCanal</a>
Propósito	El canal en Youtube está creado desde el 5 de junio de 2012, es el canal principal, aunque varias producciones han creado su propio espacio como: Marcando la ruta Cronik Con K de Kike Telepacífico Noticias Qué hace tu bebé Animales en directo

	<p>Login</p> <p>Sin embargo, la estrategia que busca el responsable de la administración de los medios sociales digitales es centralizar estos espacios en el canal principal.</p> <p>El propósito de este medio social digital es ofrecer a la audiencia, segmentos, capsulas y programas completos de las principales producciones del canal. Hasta julio de 2015, el canal cuenta con 297 videos públicos, cada uno de ellos con la opción de comentarios disponible.</p> <p>No se evidencia popularidad en una producción en especial, sin embargo, Login cuyo espacio es independiente tiene mayor antigüedad en Youtube (presente desde el 15 de abril de 2010) con 1.875 suscriptores y 749.595 reproducciones.</p>
Número de usuarios	El canal en Youtube cuenta con 1.348 suscriptores y 147.578 reproducciones a julio de 2015.
Promedio de interacciones diarias	La producción con más videos es Telepacífico Noticias (119 videos y 1.168 vistas a julio de 2015). Las interacciones, en este caso comentarios sobre los videos, son escasas.
Tipos de información que maneja (texto, fotografía, video)	Texto y video
Tipos de participaciones disponibles	Comentarios en videos y listas de reproducción.
Características de los usuarios	
Ubicación	No se especifica
Edad	No se especifica
Horas de mayor participación	No se especifica
Tipos de participaciones más frecuentes	Comentarios, pues son el tipo de participación habilitada para el canal.
Tipos de contenidos más comentados	Los relacionados con noticias.

Guía N. 2 Sistematización de medios sociales digitales del canal regional Telepacífico	
Nombre del medio social digital	Facebook <a href="https://www.facebook.com/TelepacificoTV">https://www.facebook.com/TelepacificoTV</a>
Propósito	Desde el 2012, la Fanpage oficial de Telepacífico

	ofrece información relacionada con su parrilla de programación, concursos, noticias y eventos especiales. Desde la Fanpage se logra cohesionar otros medios sociales digitales como Instagram, Youtube y Twitter.
Número de usuarios	82.739 seguidores a julio de 2015
Promedio de interacciones diarias	<p>4.030 “personas hablando de esto” y 850 nuevos “Me gusta”, es la estadística que frece el sitio a julio de 2015.</p> <p><b>4 030</b> Personas hablando de esto</p> <hr/> <p><b>82 739</b> Total de Me gusta ▲ 1% desde la última semana</p> <hr/> <p><b>850</b> Nuevos Me gusta ▼ 8,5%</p> <p>— Esta semana — Semana pasada</p> <p>07/07 08/07 09/07 10/07 11/07 12/07 13/07</p>
Tipos de información que maneja (texto, fotografía, video)	Videos (tomados desde el canal de Youtube del Telepacífico), fotografías y textos.
Tipos de participaciones disponibles	Los usuarios pueden comentar y compartir las publicaciones, indicar qué publicaciones les gusta y crear sus propias publicaciones.
Características de los usuarios	
Ubicación	Información no disponible
Edad	Información no disponible
Horas de mayor participación	Información no disponible
Tipos de participaciones más	Información no disponible

frecuentes	
Tipos de contenidos más comentados	Información no disponible

Guía N. 3 Sistematización de medios sociales digitales del canal regional Telepacífico	
Nombre del medio social digital	Twitter @TelepacificoTV <a href="https://twitter.com/TelepacificoTV">https://twitter.com/TelepacificoTV</a>
Propósito	Con una antigüedad desde mayo de 2011, 6.106 datos entre fotos y videos, y 27.479 tweets a julio de 2015, el espacio en Twitter de Telepacífico es uno de los medios sociales digitales más activo. El espacio proporciona mensajes con titulares de noticias, invitaciones a concursos y eventos, datos sobre las emisiones de los programas, tales como el tema del día e invitados especiales. Por otro lado, los hashtag juegan un papel importante, ya que son asignados a las producciones más conocidas y a los temas más populares, como por ejemplo #TelepacificoNOTICIAS. Al igual que Youtube, en Twitter, hay producciones que poseen su propio espacio, tal es el caso de Login @amigosdelogin, Tardes del Sol @lastardesdelsol y Marcando la Ruta @MarcandoLaRuta Otros medios sociales son asociados con Twitter, como el canal de Youtube e Instagram, generando tráfico hacia estos espacios.
Número de usuarios	93.127 seguidores a julio de 2015
Promedio de interacciones diarias	
Tipos de información que maneja (texto, fotografía, video)	Texto, fotografía y video.
Tipos de participaciones disponibles	Los usuarios pueden compartir los tweets (retwittear), twittear o “comentar” sobre los temas publicados y hacer como Favoritos los contenidos que por su interés tiene mayor valoración.
Características de los usuarios	
Ubicación	No se especifica
Edad	No se especifica

Horas de mayor participación	Los horarios dependen del tipo de información publicada, por lo general en la franja del noticiero y cuando se hace mención a noticias de gran importancia, las personas participan independientemente de la hora.
Tipos de participaciones más frecuentes	Tweets con comentarios sobre la información publicada, se comparte o retwitea noticias y eventos importantes dentro de los programas más populares.
Tipos de contenidos más comentados	Noticias, eventos, producciones relacionadas con el entretenimiento.

Guía N. 4 Sistematización de medios sociales digitales del canal regional Telepacífico	
Nombre del medio social digital	Instagram <a href="https://instagram.com/telepacifico/">https://instagram.com/telepacifico/</a>
Propósito	La plataforma tiene como principal función, ofrecer información visual, teniendo a julio de 2015, 380 publicaciones, entre fotografías y videos. La gran mayoría del material está relacionado con los programas o producciones audiovisuales del canal, invitados especiales, presentadores y eventos.
Número de usuarios	4,973 seguidores a julio de 2015
Promedio de interacciones diarias	No disponible.
Tipos de información que maneja (texto, fotografía, video)	Fotografía y video.
Tipos de participaciones disponibles	Comentarios y “Me gusta” sobre las publicaciones. Los usuarios pueden compartir el contenido publicado por el canal en sus redes sociales.
Características de los usuarios	
Ubicación	No disponible
Edad	No disponible
Horas de mayor participación	No disponible
Tipos de participaciones más frecuentes	Comentarios y “Me gusta” o likes a las publicaciones.

Tipos de contenidos más comentados	Los relacionados con concursos, presentadoras e invitados especiales.
------------------------------------	---

Anexo 6. Guía de sistematización de experiencias de recuperación memoria histórica en canales de televisión (contexto nacional)

Guía N. 1 Sistematización de experiencias de recuperación memoria histórica en canales de televisión (contexto nacional e internacional)	
Nombre del canal o Institución	Universidad del Valle.
País y ciudad	Cali – Colombia
Nombre de la experiencia y año	Rostros sin Rastros: Televisión, memoria e identidad. (2013)
Dirección Web de la experiencia	<a href="http://cms.univalle.edu.co/rostrosyrastros/">http://cms.univalle.edu.co/rostrosyrastros /</a>
Objetivo	<i>“Generar reflexión y análisis sobre el espacio audiovisual regional, tan rico en producción y exploraciones estéticas; y, de otro lado, generar condiciones de conservación y apropiación pública del patrimonio”</i> Toro, C y Polanco, G. (2013)
Características generales de la experiencia	<p>Contiene obras audiovisuales realizadas por grandes directores Caleños que hoy en día son reconocidos.</p> <p>Cuenta con un importante archivo sobre los lugares de la ciudad de Santiago de Cali y sus alrededores que hoy en día se han ido transformando.</p> <p>Contiene una colección de 72 DVD del programa Rostros y Rastros emitido por el canal regional Telepacífico, el cual ha sido digitalizado.</p>
Medios sociales digitales empleados	No hay presencia de redes sociales o plataformas web 2.0.

Objetivo de cada medios social digital empleado con respecto al objetivo de la experiencia	<b>Página Web:</b> Divulgar la información del proyecto de investigación.
Características de los usuarios o público al que va dirigido la experiencia	Estudiantes, docentes, investigadores.
Tipos de participación de usuarios	
Los usuarios pueden generar o crear nuevo contenido	No
Los usuarios pueden compartir contenido	No
Los usuarios pueden recomendar o compartir el contenido	No
Estrategias de trabajo colaborativo empleadas (si las hay)	
El sitio o proyecto web convoca a la participación colectiva por medio de enunciados (o por otras formas ¿cuáles?)	No
El liderazgo es individual o compartido	Es individual
Hay presencia de instrucciones o guías para que los usuarios participen	No
Se indican los roles o tareas que desarrollarán los usuarios	No
Estrategias de inteligencia colectiva empleadas (si las hay)	
Se motivan a los participantes por medio de preguntas, argumentos, posiciones o posturas a debatir, compartir, expresarse y defender sus ideas.	No
Hay toma de decisiones colectivas (por medio de votos por ejemplo)	No
Los participantes están clasificados o	no

niveles de experticia	
Comentarios generales (aciertos y desaciertos)	
<p>Es un proyecto de dos egresados de la Carrera de Comunicación de la Universidad del Valle. Rostros sin rastros: Televisión, memoria e identidad. Esta iniciativa, es ganadora de una beca de Gestión de Archivos y Centros de Documentación Audiovisuales del Ministerio de Cultura, con el apoyo de la Universidad del Valle y demás instituciones.</p> <p>Este proyecto de investigación, se centra en el programa de televisión Rostros y Rastros el cual fue emitido por el canal regional de Telepacífico durante 12 años (1988-2000). Además, cuenta con un equipo de investigación bastante amplio, que ayuda a sistematizar de manera digital los archivos de Rostros y Rastros.</p> <p>Cabe resaltar, que en esta página web, no se encuentra la colección audiovisual del programa Rostros y Rastros, solamente se sistematiza a manera de categorías los nombres de cada programa, para poder tener acceso a este material debe el usuario desplazarse a la Biblioteca Departamental de Cali o a la Biblioteca de la Universidad del Valle. Por lo tanto, es un espacio más para la divulgación, de tal forma que, los usuarios solo tienen como datos generales de contacto como correo electrónico y números telefónicos de los investigadores del proyecto.</p> <p>En pocas palabras, el usuario no puede compartir ni generar contenido, solamente puede tener acceso al proyecto de investigación Rostros sin Rastros, más no al material del programa de Rostros y Rastros.</p>	

## Pantallazos sitio web Rostros sin Rastros: Televisión, memoria e identidad



Guía N. 2 Sistematización de experiencias de recuperación memoria histórica en canales de televisión (contexto nacional e internacional)	
Nombre del canal	Canal Capital
País y ciudad	Bogotá – Colombia
Nombre de la experiencia y año	Ciudad Bolívar: Esperanza, Liderazgo y pasión (2013)
Dirección Web de la experiencia	<a href="http://www.canalcapital.gov.co/ciudadbolivar/index.html">http://www.canalcapital.gov.co/ciudadbolivar/index.html</a>
Objetivo	Dar a conocer mediante una multimedia las actividades que se han realizado en el Barrio Ciudad Bolívar durante el año 2013.
Características generales de la experiencia	“Ciudad Bolívar: Esperanza, liderazgo y pasión”; es un especial multimedial, dedicado al Barrio Ciudad Bolívar, en el cual se realiza mediante una sistematización las actividades audiovisuales que se ha desarrollado el Canal Capital en este sector de la ciudad de Bogotá.
Medios sociales digitales empleados	Página web, Facebook, Twitter (del canal)
Objetivo de cada medio social digital empleado con respecto al objetivo de la experiencia	Dar a conocer las actividades que se han desarrollado en el barrio Ciudad Bolívar.
Características de los usuarios o público al que va dirigida la experiencia	Jóvenes y Adultos que tengan acceso a Internet.
Tipos de participación de usuarios	
Los usuarios pueden generar o crear nuevo contenido	No
Los usuarios pueden compartir contenido	Sí, a través de Facebook, Twitter y Tumblr

Los usuarios pueden recomendar o compartir el contenido	Sí. Por medio de <i>Facebook</i> y <i>Twitter</i>
Estrategias de trabajo colaborativo empleadas (si las hay)	
El sitio o proyecto web convoca a la participación colectiva por medio de enunciados (o por otras formas ¿cuáles?)	En algunas secciones los usuarios pueden comentar.
El liderazgo es individual o compartido	Individual
Hay presencia de instrucciones o guías para que los usuarios participen	No
Se indican los roles o tareas que desarrollarán los usuarios	No
Estrategias de inteligencia colectiva empleadas (si las hay)	
Se motivan a los participantes por medio de preguntas, argumentos, posiciones o posturas a debatir, compartir, expresarse y defender sus ideas	No
Hay toma de decisiones colectivas (por medio de votos por ejemplo)	No
Los participantes están clasificados o niveles de experticia	No
Comentarios generales (aciertos y desaciertos)	
<p>Es un especial de multimedia que realiza el Canal Capital por el tema de generar una televisión más humana. Además, esta página web en cierta medida da a conocer la gestión que ha realizado este medio de comunicación (Canal Capital) en la localidad de ciudad Bolívar, dejando ver las producciones audiovisuales: notas, reportajes y videos. Uno de los desaciertos de la plataforma, es que no logra generar un espacio de interacción con el usuario, si bien, la única forma en que se llega a esta interacción es que el usuario mediante el <i>Facebook</i>, <i>Twitter</i> o <i>Tumblr</i> pueda compartir el material que ellos tienen publicado en el sitio web.</p> <p>En general, el contenido de la información de la multimedia es parcial y verás pues es producido por los mismos reporteros que tienen el Canal Capital, tiene un buen insumo de material fotográfico y visual. Además, en cuanto al diseño de la</p>	

multimedia (arquitectura) pienso que se podría hacer de una manera más dinámica para que sea más atractiva para la audiencia, aunque como es un canal tiene que contar con unos estándares autorizados.

Para finalizar, este medio debería pensar en la idea que tanto emisor como el receptor puedan generar un contenido y un saber colectivo.

Pantallazos sitio web Ciudad Bolívar: Esperanza, Liderazgo y pasión





Guía N. 3 Sistematización de experiencias de recuperación memoria histórica en canales de televisión (contexto nacional e internacional)	
Nombre del canal	Canal Capital
País y ciudad	Bogotá – Colombia
Nombre de la experiencia y año	Hagamos Memoria: (Programa de Televisión) (2015)
Dirección Web de la experiencia	<a href="http://www.canalcapital.gov.co/hagamos-memoria">http://www.canalcapital.gov.co/hagamos-memoria</a> <a href="https://www.youtube.com/channel/UC8lqzpXI9MIDSqMsD9LXRYw">https://www.youtube.com/channel/UC8lqzpXI9MIDSqMsD9LXRYw</a>
Objetivo	Es un programa de televisión que aborda la memoria histórica Colombia, medidos en los ámbitos: político, social, cultural y económico mostrando los acontecimientos que han marcado las generaciones colombianas.
Características generales de la experiencia	Dar a conocer a la audiencia los momentos históricos que han marcado nuestro país.
Medios sociales digitales empleados	Página web del programa de televisión, Youtube (Hagamos memoria)
Objetivo de cada medios social digital empleado con respecto al objetivo de la experiencia	<i>Youtube</i> : publicar los videos del programa de televisión.
Características de los usuarios o público al que va dirigido la experiencia	Jóvenes y Adultos que les guste el tema de memoria histórica.
Tipos de participación de usuarios	
Los usuarios pueden generar o crear nuevo contenido	No
Los usuarios pueden compartir	Sí ( <i>Facebook, Twitter, Youtube</i> )

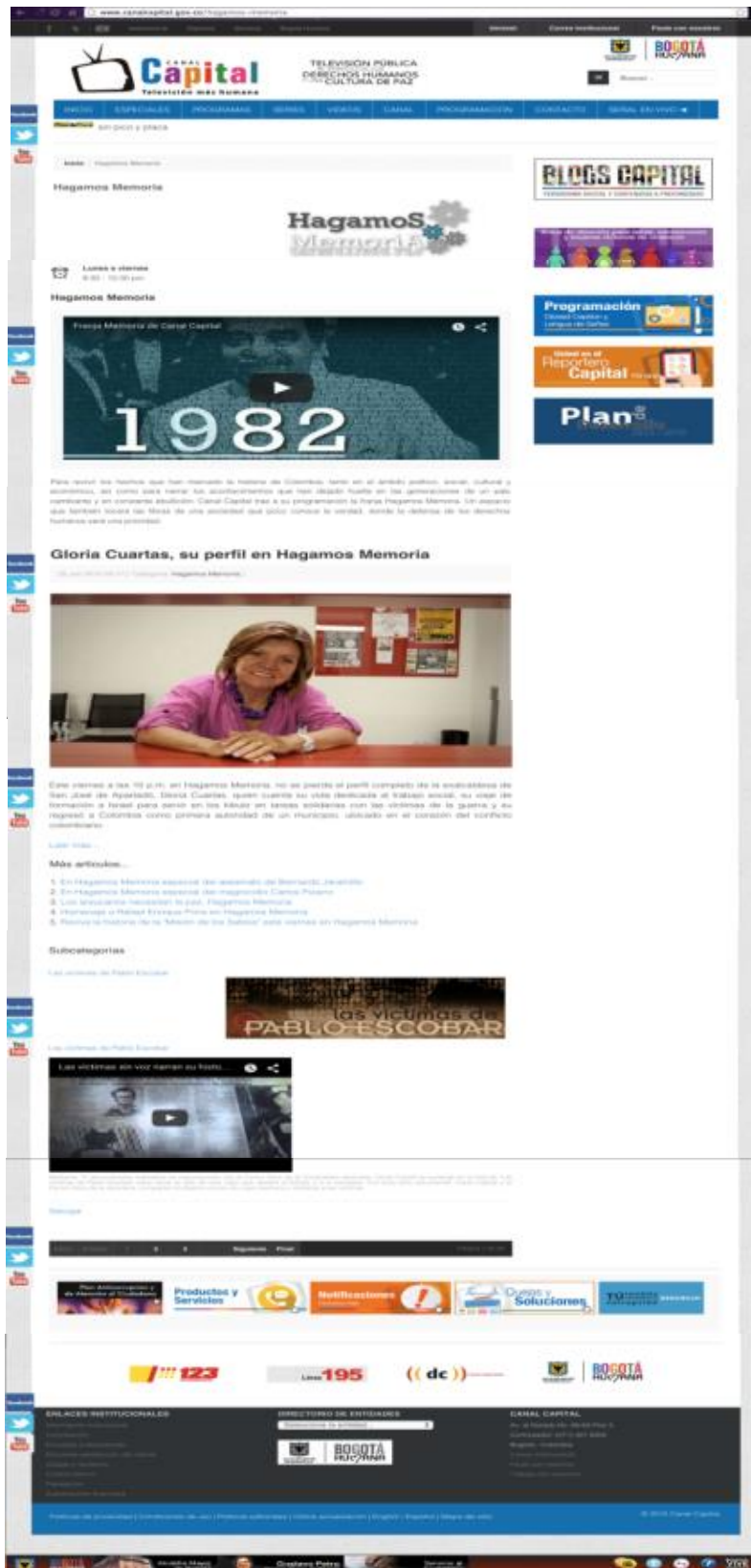
contenido	
Los usuarios pueden recomendar o compartir el contenido	Sí.
Estrategias de trabajo colaborativo empleadas (si las hay)	
El sitio o proyecto web convoca a la participación colectiva por medio de enunciados (o por otras formas ¿cuáles?)	Aunque no se emplean enunciados que propicien la participación colaborativa, la presencia constante de las redes sociales en la gran mayoría de las secciones del sitio, permiten que los usuarios puedan generar contenido por medio de comentarios y a su vez divulgar la información a través de las opciones de “Compartir” propias de las redes sociales <i>Facebook, Twitter, Youtube.</i>
El liderazgo es individual o compartido	Individual
Hay presencia de instrucciones o guías para que los usuarios participen	No
Se indican los roles o tareas que desarrollarán los usuarios	No
Estrategias de inteligencia colectiva empleadas (si las hay)	
Se motivan a los participantes por medio de preguntas, argumentos, posiciones o posturas a debatir, compartir, expresarse y defender sus ideas	No
Hay toma de decisiones colectivas (por medio de votos por ejemplo)	No
Los participantes están clasificados o niveles de experticia	No
Comentarios generales (aciertos y desaciertos)	
“Hagamos memoria”, es un programa del Canal Capital, el cual es emitido de lunes	

a viernes de 9:30 a 10:30, el cual aborda diferentes temáticas de nuestra realidad colombiana que han dejado huella.

El contenido del programa, son archivos históricos del país, también se apoyan de entrevistas a expertos, cada programa contiene una temática diferente. Por otra parte, la *web* que tiene el programa en cuanto a su diseño se debe pensar bien su estructura, es decir, separar por categorías la información publicada.

El saber es colectivo en cuanto a la realización del programa. Pero, no existe una interacción entre emisor y receptor, lo cual no permite que se compartan y se generen debates.

# Pantallazos del sitio web Hagamos memoria de Canal Capital



Guía N. 4 Sistematización de experiencias de recuperación memoria histórica en canales de televisión (contexto nacional e internacional)	
Nombre del canal	Periódico "El País"
País y ciudad	Colombia, Cali
Nombre de la experiencia y año	Oiga, Mire, Vea (2010)
Dirección Web de la experiencia	<a href="http://www.elpais.com.co/reportaje360/ediciones/oiga-mire-vea/#historia">http://www.elpais.com.co/reportaje360/ediciones/oiga-mire-vea/#historia</a>
Objetivo	Es un reportaje multimedial interactivo realizado por el periódico "El País", el cual tiene como objetivo demostrar cómo ha sido la evolución de la ciudad de Santiago de Cali durante los años de 1953 -2010.
Características generales de la experiencia	<p>Reportaje Multimedial Interactiva.</p> <p>Memoria histórica de Santiago de Cali, se encuentra dividida en cuatro periodos de tiempo.</p> <p>Contiene material fotográfico y audiovisual.</p> <p>Cartografía de la Ciudad con sitios representativos de la ciudad de Cali.</p> <p>Entrevistas con personajes representativos de la ciudad.</p> <p>Sesión de ideas para que las personas propongan cosas nuevas para su ciudad.</p>
Medios sociales digitales empleados	Hipermedia. Youtube, Facebook, Twitter (estos son utilizados para compartir el contenido de la hipermedia)
Objetivo de cada medios social digital empleado con respecto al objetivo de la experiencia	Visibilizar mediante una plataforma web cómo ha sido la evolución de la ciudad de Santiago de Cali a partir de los años

	de 1953 al 2010.
Características de los usuarios o público al que va dirigido la experiencia	Apto para todo el público.
Tipos de participación de usuarios	
Los usuarios pueden generar o crear nuevo contenido	Sí, mediante la opción que tiene la página web que se llama "Participa" y el usuario puede enviar sus fotos, videos o comentarios o en la sección de "Tu idea" con la pregunta ¿Cómo te gustaría ver a Cali?, es un espacio creado para que los usuarios que visiten la página web puedan dejar su comentario.
Los usuarios pueden compartir contenido	El usuario puede compartir el contenido dependiendo en la pestaña que se encuentre, por lo general se puede compartir en diferentes redes sociales.
Los usuarios pueden recomendar o compartir el contenido	Los usuarios pueden compartir el contenido dependiendo en la pestaña que se encuentren.
Estrategias de trabajo colaborativo empleadas (si las hay)	
El sitio o proyecto web convoca a la participación colectiva por medio de enunciados (o por otras formas ¿cuáles?)	El proyecto "Oiga, mire, vea" del reportaje 360 del periódico "El País", hace una invitación mediante un apartado que se llama: "Ideas para Cali" el cual se encuentra acompañado de la siguiente descripción: "Con tus palabras expresa cómo quieres ver a Cali, escribe tus ideas y compártelas". Sin embargo, da la opción de que si el usuario prefiere dibujar, lo puede hacer, pues hace una referencia a "que dibuje con el mouse tu idea y enviarnosla imagen".
El liderazgo es individual o compartido	Es individual.
Hay presencia de instrucciones o guías para que los usuarios participen	Sí

Se indican los roles o tareas que desarrollarán los usuarios	La única manera de que se genera una participación por parte de los usuarios es mediante el espacio "Ideas para Cali" "Deja tu Huella"
Estrategias de inteligencia colectiva empleadas (si las hay)	
Se motivan a los participantes por medio de preguntas, argumentos, posiciones o posturas a debatir, compartir, expresarse y defender sus ideas	El especial multimedia, que cuenta con una gran carga de información histórica, busca entre otras cosas, motivar a los usuarios a participar con material fotográfico, audiovisual, dibujos y comentarios con propuesta e ideas sobre la ciudad soñada. En ese sentido, la motivación se genera a partir de los espacios diseñados para que, a partir de la información ya publicada, los usuarios se expresen.
Hay toma de decisiones colectivas (por medio de votos por ejemplo)	No
Los participantes están clasificados o niveles de experticia	No
Comentarios generales (aciertos y desaciertos)	
<p>La hipermedia "Oiga, Mire, Veá", hace parte de los reportajes realizados por el periódico "El País" en su sección del "Reportaje 360". Este proyecto, cuenta con una fase de investigación previa, pues supone el recuperar los archivos de la ciudad de Santiago de Cali, durante los años de 1953 al 2010, el cual es presentado en cuatro periodos de tiempo.</p> <p>Además, es un espacio creado de manera interactiva para que el usuario pueda explorar con mayor profundidad; pues cuenta con cinco (5) pestañas en las cuales se encuentra:</p> <p>La historia: línea de tiempo que muestra cómo ha sido la evolución de la ciudad de Santiago de Cali.</p> <p>Tertulia: entrevista con personajes representativos de la ciudad.</p> <p>Mapa: puntos con lugares representativos de la Ciudad.</p> <p>Galería: fotografías de diferentes sitios de la ciudad de Cali.</p>	

Tu idea: interacción con los usuarios (138 comentarios aproximadamente).

Por otra parte, en cierta medida la plataforma multimedial busca visibilizar mediante una línea de tiempo cómo ha sido la evolución de la ciudad de Santiago de Cali. Por último, el proyecto "Oiga, mire, vea" intenta hacer una interacción con los usuarios, pues permite mediante "Tu idea" participar enviando fotos, videos o comentarios alrededor de la ciudad de Cali.

Este último aspecto se vuelve a su vez un desacierto, pues la estrategia parece no haber dado los resultados esperados. Aunque los comentarios son visibles, no se observa si hubo participación con otro tipo de información. No hay estrategias para activar la motivación de los participantes y no es claro el objetivo final que las contribuciones tuvieron.

Pantallazos del sitio web Oiga, mire, vea



Guía N. 5 Sistematización de experiencias de recuperación memoria histórica en canales de televisión (contexto nacional e internacional)	
Nombre del canal	Canal Capital
País y ciudad	Bogotá - Colombia
Nombre de la experiencia y año	Sabogal (2015)
Dirección Web de la experiencia	<a href="http://www.canalcapital.gov.co/sabogal">http://www.canalcapital.gov.co/sabogal</a>
Objetivo	Rescatar la memoria histórica del país (Colombia) a partir de un nuevo lenguaje.
Características generales de la experiencia	<p>Cuenta momentos históricos de Colombia como lo es: La muerte de Jaime Garzón, los falsos positivos, las chuzadas del DAS, entre otros.</p> <p>Un <i>thriller</i> judicial animado donde el protagonista se llama Fernando Sabogal.</p> <p>Es la primera serie de animación en 3D en Colombia</p>
Medios sociales digitales empleados	<p>Página Web</p> <p><i>Youtube</i></p>
Objetivo de cada medios social digital empleado con respecto al objetivo de la experiencia	<p><b><u>Página Web:</u></b> Se encuentra toda la información de “Sabogal”. Es decir, están publicados los 11 episodios de la serie, el <i>Making of</i> de cómo fue la realización de la serie, prensa, una galería del lanzamiento de la serie.</p> <p><b><i>Youtube:</i></b> Se encuentran todos los episodios de la serie.</p> <p><b><i>Twitter:</i></b> #sabogal</p>
Características de los usuarios o público al que va dirigido la experiencia	Apto para adolescentes, jóvenes y adultos.

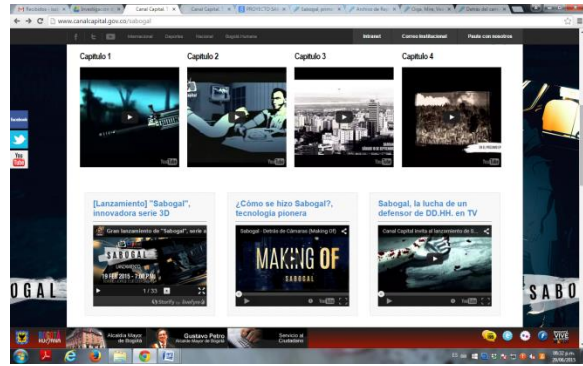
Tipos de participación de usuarios	
Los usuarios pueden generar o crear nuevo contenido	No
Los usuarios pueden compartir contenido	Sí
Los usuarios pueden recomendar o compartir el contenido	Sí
Estrategias de trabajo colaborativo empleadas (si las hay)	
El sitio o proyecto web convoca a la participación colectiva por medio de enunciados (o por otras formas ¿cuáles?)	No
El liderazgo es individual o compartido	Individual
Hay presencia de instrucciones o guías para que los usuarios participen	No
Se indican los roles o tareas que desarrollarán los usuarios	No
Estrategias de inteligencia colectiva empleadas (si las hay)	
Se motivan a los participantes por medio de preguntas, argumentos, posiciones o posturas a debatir, compartir, expresarse y defender sus ideas.	No
Hay toma de decisiones colectivas (por medio de votos por ejemplo)	No
Los participantes están clasificados o niveles de experticia	No
Comentarios generales (aciertos y desaciertos)	
Sabogal, es la primera serie animada en 3D colombiana, que narra hechos históricos de nuestro país como es el caso de la muerte de Garzón, los falsos positivos, las chuzadas del DAS, entre otras. Se puede notar que hay un excelente trabajo en cuanto a la creación de contenido, pues supone una fase previa de	

investigación, preproducción, producción y posproducción.

La interacción que tiene la serie “Sabogal” con los usuarios se da mediante otras plataformas ajenas al medio. Es decir, mediante la Fanpage que tienen creada en la red social de Facebook, en donde los usuarios de este medio comentan algunas publicaciones que se hacen en ella. Por otra parte, los usuarios de *Twitter* pueden interactuar mediante el hashtag #sabogal.

Aunque la experiencia está centrada en la producción audiovisual, el lugar que Canal Capital le da en su sitio Web facilita su divulgación como estrategia de recuperación de la memoria histórica de Colombia. Los medios sociales digitales empleados (Facebook, Twitter y Youtube) tienen principalmente por finalidad, que los usuarios puedan comentar y compartir el contenido de la serie, pero no participan en la reconstrucción de la memoria histórica, eje temático de la producción audiovisual.

### Pantallazos de la sección Sabogal del sitio web Canal Capital



Guía N. 6 Sistematización de experiencias de recuperación memoria histórica en canales de televisión (contexto nacional e internacional)	
Nombre del canal	Señal Colombia
País y ciudad	Bogotá - Colombia
Nombre de la experiencia y año	“Todo lo que Vivimos” (2014)
Dirección Web de la experiencia	<a href="http://www.senalcolombia.tv/los60delatv">http://www.senalcolombia.tv/los60delatv</a> <a href="http://www.enorbita.tv/todo-lo-que-vimos">http://www.enorbita.tv/todo-lo-que-vimos</a>
Objetivo	<i>“Todo lo que vimos llega con sesenta piezas audiovisuales de diferentes géneros que evocan los recuerdos de las audiencias y las personas que hicieron parte de estos formatos que se volvieron inolvidables para la memoria de los colombianos”</i> Tomado de: <a href="http://www.enorbita.tv/todo-lo-que-vimos#sthash.s14Ek0Sq.dpuf">http://www.enorbita.tv/todo-lo-que-vimos#sthash.s14Ek0Sq.dpuf</a>
Características generales de la experiencia	<i>“El programa destaca la relación de las audiencias con los contenidos más representativos de nuestra televisión, abordándolos desde el impacto social y su influencia en la cultura, el lenguaje y los hábitos de la sociedad colombiana”</i> Tomado de: <a href="http://www.enorbita.tv/todo-lo-que-vimos#sthash.s14Ek0Sq.dpuf">http://www.enorbita.tv/todo-lo-que-vimos#sthash.s14Ek0Sq.dpuf</a>
Medios sociales digitales empleados	<i>Youtube, Facebook</i>
Objetivo de cada medios social digital empleado con respecto al objetivo de la experiencia	<b>Página web:</b> Se encuentra toda la información sobre las 60 cápsulas (videos) de la televisión colombiana. Y material fotográfico de producciones (novelas).  <b>Youtube:</b> Se encuentra todo el material audiovisual, es decir, todos los capítulos que tiene el programa en forma de capsulas con una duración entre 6 y 7

	minutos.
Características de los usuarios o público al que va dirigido la experiencia	Se puede decir que público al que va dirigido son los jóvenes y adultos que quieran saber sobre cómo ha sido la historia de la televisión colombiana en los últimos 60 años.
Tipos de participación de usuarios	
Los usuarios pueden generar o crear nuevo contenido	No
Los usuarios pueden compartir contenido	Sí
Los usuarios pueden recomendar o compartir el contenido	Sí
Estrategias de trabajo colaborativo empleadas (si las hay)	
El sitio o proyecto web convoca a la participación colectiva por medio de enunciados (o por otras formas ¿cuáles?)	No
El liderazgo es individual o compartido	Es individual
Hay presencia de instrucciones o guías para que los usuarios participen	No
Se indican los roles o tareas que desarrollarán los usuarios	No
Estrategias de inteligencia colectiva empleadas (si las hay)	
Se motivan a los participantes por medio de preguntas, argumentos, posiciones o posturas a debatir, compartir, expresarse y defender sus ideas.	No
Hay toma de decisiones colectivas (por medio de votos por ejemplo)	No

Los participantes están clasificados o niveles de experticia	No
Comentarios generales (aciertos y desaciertos)	
<p>Es un espacio creado por motivo de la celebración de los 60 años de la televisión colombiana, Señal Colombia realiza un recorrido a través de una mirada emocional de cómo ha avanzado la televisión en cuanto a la creación de sus historias y cómo el lugar de encuentro de todo un país.</p> <p>Por otra parte, el usuario tiene acceso a todo el material que se encuentra montado en la página web. Además, se puede comentar y compartir mediante <i>Facebook</i>. Sin embargo, la página web del programa no permite generar contenido alrededor de la temática.</p> <p>El diseño con que cuenta la página web, es de fácil acceso pues permite ver de manera general toda la información, lo que hace que haya más interacción. Las galerías de imágenes que tiene la página web se encuentran con comentarios del mismo medio.</p>	

Pantallazos de la serie Todo lo que vimos del sitio web de Señal Colombia



Guía N. 7 Sistematización de experiencias de recuperación memoria histórica en canales de televisión (contexto nacional e internacional)	
Nombre del canal	Señal Colombia
País y ciudad	Bogotá-Colombia
Nombre de la experiencia y año	Señal Memoria (2012) Sin especificar
Dirección Web de la experiencia	<a href="http://www.senalmemoria.gov.co/">http://www.senalmemoria.gov.co/</a>
Objetivo	Es una estrategia para la promoción y divulgación del patrimonio audiovisual y sonoro de los medios públicos de Colombia.
Características generales de la experiencia	Es un proyecto que sistematiza mediante un banco digital, todo lo relacionado con el patrimonio sonoro y fílmico de los medios públicos durante los 75 años de la radio y los 60 años de la televisión colombiana.
Medios sociales digitales empleados	Página Web, Facebook ( <i>fan page</i> ), Twitter, YouTube, Instagram.
Objetivo de cada medios social digital empleado con respecto al objetivo de la experiencia	<p>La <b>pagina Web</b>: En ella se encuentra toda la información relacionada con Señal Memoria.</p> <p><b>Facebook y Twitter</b>: Compartir y comentar el contenido que se ha montado en la página web.</p> <p><b>Youtube</b>: Se publican productos audiovisuales de Señal Memoria, a través de aquí se pueden comentar y compartir.</p> <p><b>Instagram</b>: Se publican fotos con una pequeña leyenda o comentario incluyendo un <i>hashtag</i>.</p>
Características de los usuarios o público al que va dirigido la experiencia	Jóvenes y adultos.

Tipos de participación de usuarios	
Los usuarios pueden generar o crear nuevo contenido	Sí
Los usuarios pueden compartir contenido	Si
Los usuarios pueden recomendar o compartir el contenido	Si
Estrategias de trabajo colaborativo empleadas (si las hay)	
El sitio o proyecto web convoca a la participación colectiva por medio de enunciados (o por otras formas ¿cuáles?)	Se da pero solamente mediante actividades en su <i>Fanpage</i>  #lapregunta  #Topdelamemoria
El liderazgo es individual o compartido	Individual
Hay presencia de instrucciones o guías para que los usuarios participen	Si, siempre se acompaña mediante un banner (Imagen) o solamente se coloca la información.
Se indican los roles o tareas que desarrollarán los usuarios	No
Estrategias de inteligencia colectiva empleadas (si las hay)	
Se motivan a los participantes por medio de preguntas, argumentos, posiciones o posturas a debatir, compartir, expresarse y defender sus ideas.	No
Hay toma de decisiones colectivas (por medio de votos por ejemplo)	No
Los participantes están clasificados o niveles de experticia	No
Comentarios generales (aciertos y desaciertos)	
Es una iniciativa interesante porque busca rescatar los archivos fílmicos y sonoros de los medios públicos, cuentan con un gran banco de datos, el cual se encuentra	

sistematizado para que el usuario pueda encontrar con mayor facilidad lo que necesita.

También contiene producción de textos, es decir, noticias o artículos de acontecimientos importantes al redor del mundo que tenga que ver con la producción sonora y audiovisual. Este proyecto, busca que la población se entere y tenga acceso a esta temática, buscando así que en sus redes sociales se genere una interacción.

Pues, el contenido que se encuentra en su página web solamente puede ser modificados por ellos, sin embargo, en su *fanpage* realizan actividades como **#lapregunta** y **#Topdelamemoria** que tienen que ver con acontecimientos específicos.

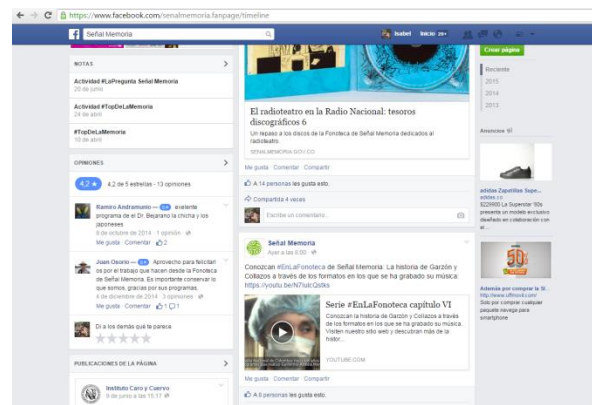
Por otra parte, los usuarios de *Facebook*, pueden compartir, publicar y comentar las publicaciones que se encuentran en este medio digital que son las mismas que están disponibles en su página web.

El uso de herramientas y aplicaciones digitales permiten que se dé una mayor interacción entre emisor y receptor.

Fanpage: <https://www.facebook.com/senalmemoria.fanpage?fref=ts>

## Pantallazos del sitio web y redes sociales de Señal Memoria

The screenshot displays the website's interface. On the left, a yellow box titled "¿Qué es Señal Memoria?" explains its mission to preserve and promote Colombia's audio-visual heritage. Below this, a statistics section shows: 136 soundtracks, 40,000 audio files, 1,500 videos, and 2,000 articles. On the right, a "Lo último" section features four news items: "Aportes de la Fonoteca a la música del siglo XXI: tesoros discográficos 7", "Salvador Allende, el fútbol y el 'Hombre latinoamericano'", "Colombia sede del VI Foro Latinoamericano de Medios Públicos", and "Michael Jackson #EnLaMemoria".



## Anexo 7. Guía de entrevista semiestructurada a historiador

Entrevistado: Hugues Sánchez Mejía, historiador, doctor en Historia de América Latina y profesor en el Departamento de Historia de la Universidad del Valle.

Entrevistadora: Aura María Vargas

Objetivo:

Identificar elementos teóricos y metodológicos relacionados con la recuperación de la memoria histórica.

AMVR: ¿qué es la memoria histórica?

HSM: la memoria histórica es una tautología porque se conceptualiza sobre ella, se habla mucho sobre ella, pero de una manera clara si se quiere, es la forma sobre la cual una cultura guarda unos elementos, concepciones para poder manejarse en el presente, nosotros para poder avanzar, progresar, sobre todo en Occidente que cambia más rápido que otras sociedades, necesita la memoria histórica, en algunas ocasiones no, en algunas sí. Más que el concepto de memoria histórica, lo importante ahí es una definición de cultura que da Clifford Geertz que habla de significados, símbolos, concepciones heredadas mediante la cual una sociedad perpetúa, cambia, mueve sus construcciones sobre el mundo. Esto se encuentra en el libro "Interpretación de las culturas", aquí el autor capta lo que sería esencialmente la memoria histórica, entonces desde ese proceso que es cultural ¿por qué es cultural?, pues porque lo tienen todas las sociedades, que es muy antiguo, desde que el hombre o las sociedades tiene capacidad para construirse, esas concepciones van a estar ahí, para yo bailar, para yo cocinar, para yo construir el Estado, todo eso es memoria, heredado, cultura que se heredó.

AMVR: ¿Cree que es posible recuperar la memoria histórica a partir de un trabajo colaborativo, en el que las personas puedan participar y hacer parte de un proceso con ese objetivo?

HSM: a mi no me gusta lo de memoria histórica, sobre todo en el caso colombiano, yo creo que el proceso de lo que se habla de memoria histórica en Colombia, está muy viciado, y te lo digo rápidamente porque creo que lo manipulan mucho, la mayoría de personas que lo trabajan son de izquierda, entonces quieren presentar una memoria histórica y en ocasiones esa presentación de crear esa memoria histórica es crear unos fines políticos que ellos buscan o por lo menos ya tienen en su agenda establecidos, no me gusta. Hay un texto que deberías buscarte, incluso es divulgativo, es del hijo de Susan Sontag, él trabaja mucho la memoria, y hace un trabajo sobre un

suceso por allá en el siglo XIII o XI en Sarajevo y cómo ese suceso que tiene unos 700 u 800 años se activó hace unos 20 o 30 cuando se dio la guerra de Los Balcanes, entonces él señala que la memoria no es buena, pero que la sociedad que quiere olvidar que olvide, si no quiere olvidar que no olvide. Ya que el Estado haga función para memoria, digamos que, yo no soy Estado, no me interesa, de hecho los historiadores, por lo general, vamos en contra de la memoria, porque la memoria como construcción social está llena de mentiras, de falacias.

AMVR: en el caso colombiano, ciertamente el concepto de memoria histórica está relacionado más que todo con el conflicto armado, pero ¿es correcto que se haga solo mención al conflicto armado a la hora de hablar de memoria histórica?

HSM: no, si nos atenemos a la concepción de lo que hereda, de lo que se guarda no, una persona normalmente puede guardar en su memoria cosas del conflicto armado o no guardarlas, hay en ocasiones en las que la gente ha sido violentada y que la memoria no la activan por esa vía, por lo general quienes lo activan son paradójicamente son activistas políticos, he hablado con gente a la que la guerrilla o los paramilitares les han matado familiares y no son resentidos, ni les interesa eso. Es más el uso político que se le hace a eso que otra cosa y en el caso colombiano hay un problema ahí, eso de la memoria histórica es muy complicado.

AMVR: en mi caso no trabajaré sobre conflicto armando sino sobre la historia de medios de comunicación, concretamente televisión, desde el caso del canal regional Telepacífico.

HSM: entonces en ese sentido, quizás más que memoria, tú estás buscando es cómo el canal a los habitantes de esta región les ha creado un cambio en lo que tendría que ver con sus identidades, representaciones, todo eso. Yo veo poco Telepacífico, pero por lo menos, la experiencia de Telecaribe en la

costa, una cosa es la memoria de la costa antes de Telecaribe y otra después, entonces tiene una influencia, claro y en eso estoy de acuerdo, la gente pudo haberlo cambiado para bien o para mal, eso ya será otra discusión, pero de que eso tiene impacto claro que sí.

AMVR: ¿si no es memoria histórica, entonces qué es?

HSM: sí es memoria, pero más que todo ver cómo un acto de un medio de comunicación masivo moderno, influyó en lo que sería una parte de esa memoria histórica de esos habitantes, que es la identidad y la representación, entonces si la gente se representa igual ahora que antes. Por lo general uno ve en los canales regionales mucho folclor, entonces cómo la idea del folclor, que es una idea conservadora, muy de preservar lo antiguo, si tú miras bien los canales regionales están muy ligados a los bailes populares, aunque acá lo veo menos, me parece que Telepacífico es más moderno que Telecaribe.

AMVR: luego de conocer entonces su postura, me permito preguntarle si ¿existen textos o metodologías para la recuperación de la memoria histórica? ¿Conoce usted literatura relacionada con ello?

HSM: bueno, la verdad es que en términos de un manual, no, no lo conozco, es decir, como historiador conozco trabajo de historiadores que trabajan la memoria. Hay un trabajo que tiene que ver mucho con la memoria y es de una antropóloga Joanne Rappaport y se llama “Cumbe renaciente”, es una historia de un pueblo, de Cumbe en el Nariño, donde muestra cómo el pueblo construye una memoria histórica, muy diferente a la que propugna el Estado, ese es un texto clave, me parece que es muy fundamental. Hay un video, que de hecho no sé, si tú manejas comunicaciones, porque puede ayudarte mucho y de hecho podrías ayudarle a los historiadores, hay un libro que se llama “Los 7 pecados de la memoria”, es realmente del tema de la memoria en una cuestión muy, por decir de lo psicológico, cómo funciona las

neuronas, cómo guardan, qué guardan, lo cognitivo, en ese texto, el autor es entrevistado por un señor de apellido Punset, él tiene un programa que se llama "Redes", que es un programa de divulgación de científica, ahí entrevista al autor de "Los siete pecados de la memoria" y para hacer amena la entrevista, coloca unos videos y coloca a actuar a un joven y hace un paradigma entre burla y chiste sobre cómo funciona la memoria, que yo creo que es algo que debería hacerse con la historia y que se ha hecho muy poco, hay una parte de la memoria que explica ahí el autor que se llama Daniel Schacter, es que nosotros a la hora del té la memoria nos engaña, porque realmente creímos que la memoria guardaba mucho, realmente la memoria lo que hace es hacernos creer que guarda, no guarda nada, entonces, uno cree que guardó mucho y no guardó nada. Entonces uno antes decía, no es que la memoria es como un computador, no, no guardamos nada, incluso cuando la saturamos ella se tiene que encargarse de sacar un recuerdo para meter otro que le sirva a uno ya sea para subsistir, bueno que si me tiro al mar sin nadar me ahogo, que el fuego quema o recuerdos simples, pero como esos recuerdos cambian y todo eso, sería bueno los puntos clave de los siete pecados, mira el video y creo que eso te puede ayudar a cómo hacer la metodología. Porque realmente lo que conozco, no tengo una pedagogía de eso. Hay un historiador peruano, muy bueno, su nombre es Ponciano del Pino, él estuvo en Univalle hace cuatro meses dando una conferencia sobre la memoria un poco más ligada al rol que él tiene con el centro de memoria histórica, es un señor que sabe mucho de eso, él tiene mucho que ver con el Museo de la Memoria que inauguraron en Perú hace un par de meses, es uno de los mejores de América Latina y está asesorando entonces el museo de memoria acá.

Hay otro autor, pero en España, que también trabaja memoria que se llama Ronald Fraser, sobre memoria histórica de la guerra civil española, ha hecho

unos trabajos muy buenos. Y está el historiador francés Pierre Nora, que también es clave en este tema.

Es importante que tengas en cuenta qué quieres de la memoria histórica, si nos atenemos al concepto de cultura de Geertz, memoria histórica es todo lo del pasado, qué de ese pasado es lo que te interesa. Por ejemplo, la memoria de Telepacífico la puedes ver desde dos lados, uno, qué hizo Telepacífico institucionalmente, entonces te tocaría ir al archivo de Telepacífico, ver las actas, lo que han guardado, los programas, como memoria de quien guardó, quién consulta eso, el otro lado, es el impacto que eso tuvo en la sociedad. Si es desde el impacto tienes que precisar qué tipo de impacto.

AMVR: sí, es desde el impacto que deseo trabajar la memoria histórica, ¿cómo podría delimitarse ese impacto desde la historia?

HSM: sí, pero debes definir eso bien porque haber, Telepacífico tiene un programa que se llama Las tardes del sol, eso todo el mundo lo ve, ¿eso impacta la memoria de la gente? sí, tiene noticieros, tiene varios programas, por ello debes delimitar muy bien, porque si no tendrías que ver toda la programación de más de 20 años.

AMVR: teniendo toda la parilla de programación de Telepacífico desde sus inicios entonces podría seleccionar unas áreas de impacto.

HSM: bueno, tomas todo lo que ha pasado, lo metes en unas áreas como divertimento, deportes, etc., y de cada uno mides cuál es el que más impacto ha tenido sobre la gente y ahí haces entrevistas a la gente que ha visto esos programas. Si vas tomar todo un canal es muy difícil abarcarlo todo, para hacerlo tendrías que tener un equipo de unas 30 personas. Para delimitarlo un poco más, deberías ir al canal y a los que están allá preguntar qué programas han hecho historia, qué programas han visto más, qué tienen más

rating, que si te interesa la cultura urbana en jóvenes, entonces tendrás que saber qué programas hay sobre eso, entrevistar a jóvenes que lo han visto y ver cómo eso impactó en ellos, otro aspecto, no es lo mismo Telepacífico en Cali que Telepacífico en Pasto, entonces, allá posiblemente gustan otros programas. Tener en cuenta a la gente que trabaja en el canal, los directores, camarógrafos, personas que llevan 20 años en el canal.

## Anexo 8. Guía de entrevista semiestructurada a community manager de Telepacífico

Entrevista a Santiago Mendoza, community manager de Telepacífico

Entrevistadora: Aura María Vargas Ramos

AMVR: ¿Cuánto tiempo llevas trabajando con el canal Telepacífico y cuál es tu formación?

SM: desde el 2012 trabajo con Telepacífico y soy ingeniero multimedia egresado de la Universidad San Buenaventura.

AMVR: con los 25 años del canal en el 2013, en las redes sociales, se subió información, principalmente en Facebook, con fotos relacionadas con su historia, con las que se recordaban algunos hechos importantes como presentadores que han pasado por Telepacífico, programas, entre otros. ¿Hubo algún tipo de estrategia, planeación para subir esta información e involucrar a los usuarios de las redes?

SM: para los 25 años se hizo un evento que fue en el teatro estudio, que salió muy bonito, entonces para ese evento a mi me pidieron que sacara todas las cosas que han pasado en los 25 años, entonces resulta que en Facebook hay un grupo que es de los 25 años del canal y fue de ahí que

saqué mucha información porque en ese grupo habían muchas personas que habían trabajado durante parte de este tiempo y han ido nutriendo ese grupo de todas las fotos, entonces de ahí saqué la información.

AMVR: ¿Cuál es el nombre de ese grupo?

SM: se llama Telepacífico 25 años, administrado por Carlos Augusto Alban. Entonces ¿Qué estrategia se manejó?, la estrategia que se manejó era mostrarles a los televidentes cómo fue ese proceso, cómo era el primer Kayay, cómo era la primera sala de edición, muchas cosas, también fotos de presentadores que han pasado por el canal que ahora están en otros lugares como Caracol o en otros canales. También, por medio de Twitter manejamos un hashtag que era #Telepacifico25Años, y a través de ese hashtag lo volvimos tendencia, logramos que la gente mandara sus felicitaciones, logramos que incluso el presidente mandara un saludo y todas esas cosas. Sí, entonces esa fue la estrategia que se manejó durante ese evento.

AMVR: ustedes manejan cuatro medios sociales que son Facebook, Twitter, Instagram y Youtube ¿Llevan las estadísticas o se hace seguimiento de estos medios?

SM: sí, llevo las estadísticas y el alcance de todas esas cosas, de Twitter estaba haciendo un seguimiento por una plataforma especializada, pero llegó un momento en que no me dejó seguir haciéndolo y me pidió que le pagara, entonces acá no me avalaron un presupuesto para eso.

AMVR: ¿las estadísticas de los medios digitales son llevadas a través de informes que se puedan consultar?

SM: yo generaba informes, lo que pasa es que estos eran demasiado largos y me demoraba mucho haciéndolos, entonces con el jefe que tenía en ese entonces, él me avaló de que no perdiera el tiempo y que más bien la pasara

una hoja con el crecimiento que habían tenido las redes, entonces yo no seguí manejando las estadísticas y eso.

AMVR: ¿qué tipo de información se publica en estas redes sociales?

SM: a diario se publica todo lo que está pasando en los programas en vivo, los programas que se dan los fines de semana, se publican noticias de deportes, de todas las áreas y se hace un constante, yo trato de Twitter halar seguidores para Facebook, Instagram y para Youtube, tratar de manejarlas integradas, entonces lo que hago es invitar a la gente a que está en Facebook que nos sigan en Twitter, que nos sigan en Instagram, que nos sigan en Youtube.

Como te decía ya no manejo informes, la información está ahí en Facebook, como te decía deje de hacer informes porque estaba gastando mucho tiempo. Tengo por lo menos una meta de publicar si quiera, cada 20 minutos, entonces yo cada 20 minutos estoy pensando qué publicar y qué hacer, pero si saco tiempo para generar un informe, aunque yo mantengo viendo las estadísticas y todo, y sé lo que está pasando, que me está sirviendo, que no me está sirviendo, sé por dónde me puedo ir, cómo puedo cuadrar a los seguidores, pero entonces yo no saco informes por escrito, ahora sí necesitas ver información, yo te la puedo mostrar ahí en la Fanpage.

AMVR: tengo entendido que se piensa ampliar el personal encargado de esta parte de los medios sociales digitales, ¿qué me puedes decir al respecto?

SM: hay una idea que hemos hablado con el gerente, que es de formar un equipo con practicantes, se abrió una convocatoria, llegaron más de 100 hojas de vida, pero eso quedo ahí parado, porque pues no me han dicho cuál es el proceso a seguir.

AMVR: ¿cuál sería la función de ese equipo?

SM: la idea de ese equipo es que se pueda retroalimentar las redes sociales de los programas, porque hay muchos programas que tienen redes sociales, pero no las mantienen activas y hay otros que no siquiera tienen redes sociales, o las tienen pero olvidaron la clave y así. Entonces la idea es conformar un equipo, donde cada practicante tenga al menos tres programas, que vayan y apoyen esos programas en sus redes sociales y generar una estrategia para su manejo.

AMVR: es decir que tú no manejas todas las redes sociales que están asociadas al canal, porque como me dices hay más aparte de las cuatro oficiales, ¿esas otras redes sociales no son oficiales?

SM: sí claro, son oficiales, pero no las manejo yo. Si con esas cuatro ya no me queda tiempo y aparte de esto, tengo la responsabilidad de la página Web. Pero entonces, retomando, la idea es que se integren todas esas redes sociales y que empiecen a generar seguidores.

AMVR: desde tu experiencia, ¿crees que es posible que las personas, así como se hizo para los 25 años de Telepacífico, empiecen a narrar y a contar la historia de Telepacífico? ¿Cómo percibes el interés de las personas en participar en las redes sociales en este tipo de experiencias?

SM: pues haber, yo personalmente no creo que los televidentes participen sobre la historia, ¿qué se puede hacer?, que desde de las redes sociales se les de a conocer la historia, que eso es algo que yo hacía en esa época, pero ¿qué pasa?, que los televidentes no participan con eso, ¿cómo los pone uno a participar con eso?, uno no les puede pedir a los televidentes que manden una foto del canal de hace 10 años porque no la va a tener, un televidente no tiene esa información, entonces si tú le muestras a los televidentes a los seguidores una foto, por lo menos, de la nueva móvil HD, pues a los televidentes les va a gustar, la van a comentar. Otra forma puede ser con los presentadores que pasaron hace años por acá, publicar la foto y preguntar

¿recuerdan a este presentador?, que fue como hice esa vez, así sí participan, pero que envíen fotos, no creo.

AMVR: ¿pero en esa ocasión tú solicitaste información como fotografías a los televidentes?

SM: no, yo para los 25 años, solicité que me dejaran entrar al grupo de Telepacífico 25 años y ahí les coloqué, igual ellos ya habían subido muchas imágenes, pero yo les solicité que mandaran más, pues ellos eran los que estaban antes que yo. En los tres años que llevo acá, tengo bases de datos de imágenes, porque yo todos los días a todos los programas les tomo una imagen, la retoco y les coloco el logo, entonces de eso sí tengo base de datos.

Anexo 9. Fichas sobre investigaciones o experiencias acerca de la historia de los canales regionales colombianos

Ficha N.1	
Nombre	Historia de Telecafé
Año	2012. El canal regional tiene 23 años al aire
Autor	Telecafé
Web	<a href="http://telecafe.gov.co/institucional/nuestra-historia/">http://telecafe.gov.co/institucional/nuestra-historia/</a>
Descripción:	
<p>En la página web institucional del canal regional Telecafé, es posible encontrar un apartado con una reseña sobre su historia. En esta descripción se narran los hechos más importantes de los más de 20 años del canal, pero no se encuentra información sobre su producción audiovisual. Por otro lado, la reseña cuenta con un video de 19 minutos, en los que se conmemora los 20 años al aire, este material puede ser visto en Youtube, donde además, se pueden apreciar algunos comentarios de los televidentes. Por otro lado, hay una pequeña línea de tiempo en la se indican bajo el título “Fechas para recordar”, los hechos más importantes en cuanto a infraestructura y adquisición de tecnología.</p> <p>A continuación una reseña de la información histórica encontrada en el apartado Web:</p> <p>Para comenzar, el 20 de diciembre de 1984 se crea el decreto 3100 del Ministerio de telecomunicaciones, en el cual se expresa que se da vía libre a la creación de</p>	

canales regionales en el país, y es por esta razón, nace la idea de crear un canal regional para todo el eje cafetero.

El 6 de agosto de 1986 Inravisión y las empresas públicas de Manizales se asocian como una empresa limitada perteneciente al orden nacional, es así, como una sociedad que realiza la vinculación al Ministerio de Telecomunicaciones y así es denominado Telecafé. En 1990 se crea conforma la sociedad de televisión de Caldas, Risaralda y Quindío Telecafé Ltda., inaugurándolo el 17 de octubre del año de 1992 como canal regional. El día 28 de julio de 2000 Telecafé cuenta con la apertura de un estudio de televisión en la ciudad de Pereira. El 10 de diciembre de 2003 se realiza la inauguración de la de una moderna sede para el departamento de Caldas, el 15 de julio de 2004, fue inaugurado un estudio en Armenia.

El 24 de febrero del 2006 se realiza el lanzamiento de la señal satelital, el cual perimete que el canal regional se proyecte hacia mercados internacionales y que afiance el compromiso con los televidentes de Colombia, cuyo objetivo es transmitir a través de sus pantallas los paisajes, la cultura, costumbres e identidades del eje cafetero.

A continuación, se encuentran unas fechas importantes que han marcado la historia del Canal regional Telecafé.

Fechas para recordar:

Año 1984: Ministerio de Comunicaciones, dio vía libre a la creación de canales regionales.

Año 1990: Se crea la Sociedad de Televisión de Caldas, Risaralda y Quindío TELECAFÉ Ltda.

Año 1992: Telecafé sale al aire.

Año 2000: Apertura de estudio de televisión en la ciudad de Pereira.

Año 2003: Se inaugura Sede Administrativa y Operativa de Telecafé en la ciudad de Manizales.

Año 2004: Inauguración del estudio de televisión en la ciudad de Armenia.

Año 2005: Adquisición Unidad Móvil.

Año 2006: Se realizó el lanzamiento de la señal satelital TELECAFÉ.

Año 2007: Telecafé es certificado por la empresa Bereau Veritas, con las normas ISO 9001:2000 y NTGP 1000:2004.

Año 2008: Se automatizó la emisión de la programación de Telecafé.

Año 2012: Adquisición nuevo sistema de archivo digital único en América Latina.

Año 2012: Adquisición Unidad Móvil WEB.

Año 2012: Adquisición de sistema AVIWEST para transmisión de video 3G y 4G LTE.

Ficha N. 2	
Nombre	Telecaribe

Año	2006 (el canal cuenta actualmente con 29 años)
Autor	Telecaribe
Web	<a href="http://telecaribe.com.co/">http://telecaribe.com.co/</a>
<p>Telecaribe cuenta con una página web, un perfil en Facebook y presencia en otras redes sociales. Dentro del contenido Web, es posible apreciar un video institucional que narra la historia del canal.</p> <p>Descripción:</p> <p>La voz en off, expresa que la región tiene mucho que mostrar y contar, es por esta razón que aprovechan la oportunidad de la creación de un canal regional, de la mano de José Jorge Dangond quien era un apasionado de la televisión y que contaban en su casa con un canal local de televisión el cual tenía como nombre “Televallenato” además, expresa que se quiso realizar televisión pero se dio cuenta que había un centralismo para realizarla puesto que todo se encontraba concentrado en la capital del país (Bogotá).</p> <p>Sin embargo, la ciudad de Barranquilla tomó la iniciativa y comenzó las reuniones en la cámara de comercio, pues sabían que un canal aportaría a la identidad regional del Caribe y la regionalización como opción política para buscar mejores oportunidades para los costeños.</p> <p>Por otra parte, en Valledupar, se encontraba “televallenato” que era reconocido popularmente como telecabulla y que tuvo en ese entonces una sensación instantánea por parte de los habitantes. Porque, en su programación contaban con la emisión de canales internacionales, pero esto generó una confusión pues las personas llegaron a pensar que era un canal americano y que contaba con videos de vallenato.</p> <p>Se llegó a la idea de juntar las dos iniciativas, para lograr consolidar una promotora entre todos los departamentos, sin embargo comenzaron diferentes cuestionamientos sobre donde quedaría ubicado y el centralismo regional que este tendría. Cabe resaltar, que al comienzo no se tenía pensado en un ente de financiación por lo cual solamente quedaría la misma escrita sobre el papel.</p> <p>Es por esto, que Corelca fue uno de los que apoyó esta iniciativa, pues el 28 de abril de 1986, fue el día en que llegó Telecaribe, y este buscaba en cierta medida acabar con el centralismo que tenían los canales nacionales en el país. La primera emisión que tuvo este canal fue la transmisión de la inauguración del Estadio Metropolitano, también participó de la transmisión de la llegada del Papa Juan Pablo II.</p> <p>Además, el canal debía contar con una programación constante y que fuese diferente es por esto que en octubre de 1986, además, la audiencia estaba conforme por la programación con que este canal contaba, pues ellos podían disfrutar de las noticias de su región y además de los deportes es decir, de la transmisión de los diferentes partidos del fútbol, también se empieza a explorar</p>	

diferentes rincones de la región que no conocían la audiencia.

“Caribe, alegre y tropical” fue uno de los primeros programas que tendría 20 años con Telecaribe, también, este canal regional comienza a ser reconocido ganando diferentes premios, con el paso del tiempo, el “Corpes” comienza a brindar apoyo financiero al canal, pues necesitaba que Telecaribe se convirtiera en el motor del tema y todo el sentimiento regional del Caribe colombiano.

En el 2003 “Telecaribe” tiene una crisis con pérdidas que sumaban más 3.000 millones de pesos, la contraloría realiza un foro para llegar a unas soluciones para que el canal no cierre, pues tendrían que buscar a una persona que lo maneja pero que dejara a un lado el tema de la política y de intereses personales, es por esto que se nombra un nuevo gerente por concurso de méritos.

Ficha N. 3	
Nombre	Canal TRO
Año	2011
Autor	Wilder Carrascal
Web	<a href="https://wildercarrascal.wordpress.com/2011/04/26/canal-tro/">https://wildercarrascal.wordpress.com/2011/04/26/canal-tro/</a>
Descripción:	
<p>Es un blog, dedicado a la historia de los medios de comunicación, en el cual se encuentra de manera detallada por años, la evolución que ha tenido el canal regional Televisión Regional del Oriente, más conocido como TRO. Actualmente, el canal cuenta con 20 años al aire, para su celebración realizó un evento que involucrara a los habitantes de la región; pues decidió realizar “Vuelta al gran Santander”, dicha actividad de ciclismo consta de cinco estaciones que se encuentran localizadas sobre toda la región. Además, el canal en el marco de la celebración de sus 20 años, tiene previsto realizar un cambio en toda su programación para tener programas nuevos, más producciones en vivo y nuevos proyectos especiales y como objetivo principal tiene el propósito de seguir posicionando su lema “Nuestra región, nuestra televisión”</p> <p>A continuación, se encuentran las fechas que Carrascal W. (2011) ha sistematizado:</p> <p>1995: creación de canal T.R.O. (Televisión Regional del Oriente) 1996: Bucaramanga se convierte en la sede administrativa del Canal TRO. 1996: la primera transmisión del canal de los juegos deportivos nacionales en Bucaramanga. 1998: se inicia la licitación para productoras externas que alimenten la parrilla de programación del canal con espacios de noticia y opinión. 2000: Nace el informativo TRO noticias. 2003: se da la primera transmisión en directo vía satélite de la Semana Mayor de</p>	

Pamplona.  
 2003: se gestionan proyectos para mejorar y ampliar la señal, ante el fondo del desarrollo de televisión.  
 2005: Canal TRO y canal Capital cubrieron el evento deportivo de ascenso al fútbol profesional de la primera A del deportivo Cúcuta.  
 2005: Canal TRO, la Comisión Nacional de Televisión y la Junta Administradora Regional lideraron proyectos para el mejoramiento del canal en cuanto a equipos, infraestructura locativa, producción y emisión de programas.  
 2006: Canal TRO inicia sus transmisiones satelitales con el apoyo de la Comisión Nacional de Televisión.  
 2006: se inaugura la nueva sede de Canal TRO, con la que se garantiza calidad y competitividad en la producción y transmisión de proyectos audiovisuales.  
 2008: Canal TRO transmite el torneo de fútbol colombiano de la Primera B “Copa Premier” en convenio realizado con la Dimayor la CNTV, así como otros eventos deportivos de interés local y nacional.

Ficha N. 4	
Nombre	Reseña histórica del canal regional Teleantioquia
Año	Enero 3 de 2011
Autor	Anónimo
Link	<a href="http://www.historiadeantioquia.info/medios-de-comunicacion-en-antioquia/resena-historica-del-canal-regional-teleantioquia.html">http://www.historiadeantioquia.info/medios-de-comunicacion-en-antioquia/resena-historica-del-canal-regional-teleantioquia.html</a>
<p>El blog Historia de Antioquia, cuenta con información histórica sobre este departamento. Es posible encontrar fotografías antiguas, videos, reseñas y un apartado sobre la historia de los medios de comunicación de esta región del país.</p> <p>Para el caso del canal regional Teleantioquia, el sitio web ofrece información relacionada con su historia, narrando en un relato cronológico, los eventos más importantes del medio televisivo. Se destaca el uso de videos que narran por medio de algunos de sus protagonistas los eventos, resaltan personajes y conmemoran sus 25 años.</p> <p>Descripción:</p> <p>En 1985 nace el primer canal regional, como empresa del orden nacional, sin embargo, los canales regionales, no tenían la misma libertad comercial, es decir el incluir las pautas publicitarias como una entrada extra para el canal. Cabe resaltar, que en el año de 1986 bajo la resolución de 2686 del Ministerio de Telecomunicaciones, se da vía libre para que los canales regionales también tengan el derecho de tener pautas publicitarias para que puedan generar un dinero extra.</p> <p>Por otra parte, en el año de 1987 el municipio de Medellín se vincula como socio del canal, para esto se aplicó la resolución 3888 donde se expresa que se cede el derecho de comercialización a terceros con el fin de que se pueda contar con</p>	

suministros e instalaciones propias. Así pues, que la primera emisión que realizó Teleantioquia fue el desfile de silleteros, que contaba con una logística previa.

Por otra parte, el archivo general del programa regional contaba con tomas de varios municipios antioqueños, en donde se mostraban procesos culturales y artísticos, siendo así que este canal fue generando un reconocimiento por parte de la audiencia.

Para el año de 1988 el canal debe estructura su programación semana que contaba con 42.5 horas, esto hizo posible que los antioqueños pudieran disfrutar de una programación que tenía como contenido mostrar la divulgación de información, actividades culturales y recreativas que se habían realizado en todo el departamento.

Un punto clave para que el canal se pensara en nuevos espacios, fue el acercamiento que se dio con la comunidad, pues Teleantioquia empezó a adquirir nuevos montajes y equipos para lograr una mejor transmisión, lo cual permitió que para el año de 1998 el direccionamiento de este que se encontraba enfocada hacia las necesidades de los televidentes y al desarrollo de productos y el cubrimiento antioqueño. También para este mismo año, a ver que el canal Teleantioquia iba creciendo, “El Idea”, hace parte del equipo de inversionistas del canal, además de esto, se ven en la obligación de adquirir nuevos equipos portátiles para poder cubrir la zona de la región.

Además, en el año de 1992 el canal tuvo que reorganizar su programación debido a los problemas de energía con que en ese tiempo estaba pasando la región, fue esto lo que ayudó a que se dispararan los niveles de audiencia. Además, participó de foros para una televisión mejor y una responsabilidad social que tuvieran los medios de comunicación, pues el canal siempre tenía su filosofía en ser un canal más familiar que violento.

Otro año fundamental del Teleantioquia fue el año de 1994 pues fue donde este pudo realizar más transmisiones en directo, pues buscaba la integración de más sectores de la región, pero fue en el año de 1997 donde se tuvo que pensar en el re direccionamiento de este en la difusión satelital donde 121 municipios tuvieron acceso a este y además de su proyección internacional.

En el año 2003, el canal obtiene una certificación para la comercialización y venta de productos audiovisuales, es decir, en la creación y producción de contenido, lo que hizo que el canal fuera el primero en el país en obtener una certificación de calidad. Para el año 2005, este canal cumple sus 20 años estando al aire, para esto se aumentó en su producción de productos regionales los cuales alcanzarían un 85% de la región de Antioquia. Para el año 2006, instaló su “telepuerto” lo que le aseguraba un mayor cubrimiento internacional. Además, gracias a su portal web deciden darle un nuevo diseño para así implementar videos y campañas institucionales.

Para terminar, este canal ha sido reconocido por su trayectoria de programas como “de Boca en Boca”, que obtuvo el premio “Raza”, “El Cantrurrón” premio merecedor

de un India Catalina, “El Taller” fue galardonado con un premio de “Periodismo Simón Bolívar”, el programa “Teleantioquia Global” obtuvo un premio de “Periodismo Simón Bolívar”, el programa “Paralelo” obtiene un galardón CIPA, y la serie documental “La paz convida” fue seleccionado para participar por Colombia en el INPUT del años 2006.

Ficha N.5	
Nombre	Breve historia de la televisión regional en Colombia
Año	2014
Autor	Diego García Ramírez
Link	<a href="http://www.alaic.net/revistaalaic/index.php/alaic/article/viewFile/474/275">http://www.alaic.net/revistaalaic/index.php/alaic/article/viewFile/474/275</a>
<p>El antropólogo y comunicador, Diego García Ramírez realiza una investigación sobre la historia de los canales de televisión regional en Colombia, describiendo esencialmente, cuál ha sido su impacto en la reafirmación cultural y regional.</p> <p>Reseña:</p> <p>El objetivo de la investigación es “Destacar el papel que dichos canales han desempeñado en la reafirmación cultural y en el fortalecimiento de las regiones como interlocutores fuertes y legítimos frente a un Estado tradicionalmente centralista” García Ramírez (2014).</p> <p>El autor explica que en el año 1954, la televisión en Colombia se encontraba centrada hacia un fuerte carácter centralista es decir, que en ella se mostraban las riquezas de sus lugares y de personas que componían la nación colombiana, además, con la ayuda de la radio y la televisión utilizaban estos medios como instrumentos para difundir sus discursos.</p> <p>Por otra parte, el autor resalta que en la década de 1980 nacen los canales regiones en nuestro país, pues tienen como objetivo el visibilizar el nacimiento y acercamiento de la televisión regional en Colombia con la amplitud de la oferta televisiva en el país.</p> <p><u>Inicio de la televisión pública en Colombia</u></p> <p>En los países de Latinoamérica era común que la televisión estuviera vinculada a los poderes estatales al igual que Colombia. En 1954 fue la fecha de llegada de la televisión en el país, en este tiempo en el gobierno colombiano estaba en el poder el General Gustavo Rojas Pinilla quien se encargó de montar la infraestructura necesaria para su funcionamiento, siendo el regulador, operador, programador, financiador y director del medio, Consecutivamente permitió el apoyo del sector</p>	

privado en la producción de programas introduciendo los primeros pasos de lo que se conoce como el sistema mixto que consistía en entregar por medio de licitaciones públicas espacios y franjas en los canales públicos nacionales a empresas programadoras para que los explotaran comercialmente.

La televisión colombiana surgió dentro de un ideal centralista tomando como escenario la ciudad de Bogotá allí se desplegaron las tecnologías para el desarrollo y producción del medio al igual que las políticas y lineamientos de su funcionamiento, este medio de comunicación no se convirtió rápidamente en el medio masivo y de fácil acceso que deseaba el estado por el contrario debido a sus limitaciones técnicas su expansión fue lenta. Por estas situaciones se afirma que la centralización política que vivía el país tuvo en la televisión una de las mejores manifestaciones al limitar la producción a toda la capital de la república, siendo esta la principal razón por la que algunas regiones empezaban a manifestar el deseo de tener su propia televisión. Estos deseos tenían que ver con la necesidad de participar en la elaboración de los sentidos y significados del ser nacional, de lo cual lo regional venía estando ausente.

Hacia los años 70 las primeras intenciones de generar un canal regional se hicieron notar en Antioquia mostraron ante el gobierno la aspiración de un canal en el departamento, posteriormente este tipo de peticiones fueron negadas debido a Dos razones: el temor de la privatización y el temor en perder el poder sobre la producción nacional en la televisión. Estas negociaciones de las regiones en la televisión pública nacional eran tan marcadas que en la década de los 80' las cámaras no habrían salido de Bogotá. Es necesario reconocer el papel de la telenovela como representación en el ámbito nacional ya que se consolidaron como género televisivo y mostraron las riquezas nacionales como lugares naturales.

Así pues, Fals Borda, (citado por García Ramírez, 2014) expresa que *“la creación de estos canales estuvo sujeta a la realidad social y política por la que atravesaba el país, se habla que dentro del proyecto de descentralización política que se veía en Colombia en diferentes regiones tales como Antioquia, Valle del Cauca y partes del Caribe que reclamaban el derecho a manejar sus recursos y a la toma propia de decisiones propias que hiciera posible salir del aislamiento y atraso ocasionado por la orfandad administrativa del estado”* Por esta razón, junto a los canales de televisión se otorgaron otros derechos que como la elección popular de alcaldes abrieron el camino a una descentralización político administrativa que se estableció en la nueva constitución de 1991, la cual buscaba democratizar la producción en el país que con este decreto se autorizó la creación de canales públicos regionales, que formaban parte del estatuto de la televisión que hacía trámite en el congreso de la república en cual quedó consignado en la ley 42 de 1985 que además de consagrar a las regiones intentaban reestructurar las normas y reglamentaciones que regían en el manejo de la televisión pública nacional.

El cometido de la televisión regional se basaba en la producción y circulación de símbolos y valores de cada una de las tareas culturales que contaban con canal propio brindando difusión y conocimiento en su unidad interior.

Han sido diversas dificultades las cuales los canales regionales han sorteado como la falta de experiencia en la producción administrativa en medios audiovisuales, limitaciones de tipo comercial para la programación e ingreso de cadenas privadas. Los problemas en lo financiero y administrativo la televisión pública regional ocupó un espacio destacado en la producción y producción de las representaciones así como en la reafirmación cultural de ellas, ya que desde hace varios años la mayoría de estos canales ocupan los primeros lugares en teleaudiencia colombiana, siendo superados únicamente por cadenas privadas nacionales como Caracol y RCN.

Sin embargo, ha sido notoria la lucha que ha dado la televisión de las regiones para darse a reconocer como un escenario para la reafirmación cultural pero no logra posicionarse como un medio para el reconocimiento de la heterogeneidad que compone el país puesto que Bogotá debe vincularse y dialogar con las regiones, ver la realidad es que no tienen espacio en la televisión nacional.

Si bien es cierto que los canales regionales han logrado un lugar destacado ante la televisión nacional existen varios aspectos que se deben analizar dentro de la televisión colombiana en el mercado de las industrias culturales uso y apropiaciones de habitantes de las regiones han hecho dentro de esta propuesta televisiva un trabajo en el que deben coincidir comunicadores e historiadores. Es por esto, la razón de estos estudios sobre medios en Colombia, razonar y entender el panorama comunicativo nacional y las transformaciones sociales y culturales que se generaron desde la implementación de la televisión en el país.

Ficha N. 6	
Nombre	Historia de la televisión en Colombia
Año	2005
Autor	Biblioteca Luis Ángel Arango
Link	<a href="http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/exhibiciones/historia_tv/televisi on_colombia.htm">http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/exhibiciones/historia_tv/televisi on_colombia.htm</a>
<p>Descripción:</p> <p>Es una hipermedia realizada por la Biblioteca Luis Ángel Arango en el año de 2005 que lleva el nombre de “<b>Historia de la televisión en Colombia</b>”, esta página web da cuenta de la historia y la evolución de la televisión tanto a nivel mundial como nacional. Además, mediante un panorama detallado por periodos de tiempo cuenta lo que sucedió con este medio de comunicación.</p> <p>Por otra parte, en ella se encuentra información sobre cómo fue la llegada de la televisión a Colombia, que llega en el Gobierno de Gustavo Rojas Pinilla (1954), y que nace principalmente como un proyecto de Estado, cuando Rojas era Comandante, viaja a Alemania para comprar armas para la Guerra contra Perú y es ahí cuando conoce la televisión, una vez cuando es elegido como presidente de Colombia, hace todo lo posible por traer la tecnología y los insumos necesarios</p>	

para poder tener y poner en marcha la transmisión de la televisión en nuestro país. Por otra parte, se destaca que la aparición de los canales regionales se dio en el año de 1985 entre ellos Teleantioquia y Tevalle más conocido hoy en día como Telepacífico, años más tardes 1998 llegan los canales CityTv, Canal Capital, Telecafé, entre otros.

Esta hipermedia, ofrece información organizada también de forma cronológica, destacando eventos importantes o “estelares”, personajes, franjas, géneros, grandes temáticas relacionadas al medio y la legislación relacionada con la televisión. Un aspecto que llama la atención de esta experiencia, es el espacio en “construcción” donde se alojarían cortos audiovisuales de los momentos más importantes de la historia de la televisión, pues aunque está enunciado y se ofrecen estos videos, no se encuentran disponibles pese que han pasado ya 10 años desde la elaboración de este producto multimedia.

Ficha N. 7	
Nombre	Historia canal TR3CE
Año	Sin especificar
Autor	Canal TR3CE
Link	<a href="http://www.canaltr3ce.co/historia/">http://www.canaltr3ce.co/historia/</a>
<p>Descripción:</p> <p>En la página web institucional del canal TR3CE, se registra una breve historia en que se describen los acontecimientos más importantes desde que inició su emisión.</p> <p>Los hechos recorren en primera instancia, el inicio del canal en el año 1998 con el nombre de Teveandina. Se destaca la crisis que se originó al aparecer los canales Caracol y RCN, debido a la ausencia de programadoras.</p> <p>En un segundo momento, la reseña se enfoca en el nuevo enfoque que adquiere el canal a partir del año 2001 con el que cambió de nombre (a canal TR3CE) y de administración, logrando sostenibilidad y posicionando una franja dedica al público juvenil.</p> <p>Por último, se narra el crecimiento y fortalecimiento del canal en los últimos años. Aquí, se destaca la variedad de contenidos en la parrilla y la modernización de su infraestructura física y tecnológica.</p>	