



RECUERDO FÉRREO

- Un viaje que vence al olvido -



Documento de diseño de proyecto transmedia

Estefanía Gallego Álvarez, Alejandra Henao Quiroz, Mateo Robledo Yepes, Sergio Danilo Gil Vélez, Joaquín Alonso Gómez Meneses, Valeria Maya Restrepo, Laura Rodríguez Hurtado, Daniela Toro Arango y Sigifredo Escobar Gómez

Tabla de contenido

1. Descripción general	4
1.1. Idea central y necesidad	4
1.2. Conceptos clave	7
1.3. Antecedentes y contexto	8
1.4. Hipótesis del proyecto	14
1.5. Justificación	15
1.6. Objetivos generales y específicos	19
1.7. Referentes teóricos sobre los conceptos	19
Memoria colectiva	19
Apropiación social del patrimonio cultural	22
Comunicación - educación	26
1.8. Sobre los autores de Recuerdo Férreo	29
2. Tratamiento / Universo narrativo	35
2.1. Eslogan / Tagline / Premisa	35
2.2. Sinopsis de la narrativa	36
2.3. Diseño de la narrativa	36
Colaboradores	37
Creadores	43
El tren como personaje	48



2.4. Guion de la narrativa	53
2.5. Puntos de giro de la experiencia	53
2.6. Diseño de producción	55
3. Los Cafés del Recuerdo Férreo	57
3.1 Sobre la experiencia	57
3.2 Los vagones de los Cafés del Recuerdo Férreo	62
Casa del Maquinista	62
Vagón del Correo	72
Vagón Tolva	80
3.3 Instantáneas y ciclos de los vagones	82
Ejes temáticos de los Cafés del Recuerdo Férreo	82
Instantáneas	84
Ciclos	85
4. Especificaciones funcionales	85
4.1. Mapa de plataformas, canales y productos / contenidos	85
4.2. Journey map (Recorridos de usuario)	86
4.3. Detalle de las plataformas (Mecánica de la interacción)	90
5. Especificaciones de negocio y mercadeo	98
5.1. Objetivos Smart	98
5.2. Investigación de necesidades de usuario (arquetipos)	98
5.3. Modelo de negocio / financiamiento o sustentabilidad	102
5.4. Estrategia de divulgación y promoción	108
5.5. Presupuesto	110
5.6. Cronograma	110
5.7 Roles de proyecto transmedia	110
5.8. Propiedad intelectual: derechos y licencias	115
6. Especificaciones de diseño	119



6.1. Investigación visual y concepto	119
6.2. Prototipado (diseño de información)	123
6.3. Escenarios de uso (diseño de interacción)	126
7. Especificaciones de tecnología e implementación	135
7.1. Definición, detalle, justificación y requerimientos de las plataformas seleccionadas	135
7.2. Infraestructura de servicio	147
7.3. Gobierno del proyecto	152
8. Evaluaciones y resultados	153
8.1 Evaluación preliminar	153
8.2 Evaluación con prototipos baja y media	154
8.3 Evaluación implementación en campo	156
Síntesis de resultados	158
Categorización de los asistentes	160
8.4 Conclusiones	161
8.5 Hacia un marco de trabajo con proyectos transmedia para la apropiación social del patrimonio cultural	166
9. Adjuntos	167
10. Referencias	169
11. Bibliografía	175



1. Descripción general¹

1.1. Idea central y necesidad

El Ferrocarril de Antioquia marcó un hito en la historia del departamento y en la de miles de personas en los municipios de su área de influencia, quienes vivieron los efectos de su presencia en el desarrollo socioeconómico de la región y, en particular, en la vida cotidiana de los territorios conectados por la línea de Medellín a Puerto Berrío, en muchos de los cuales son visibles numerosas huellas de dichos efectos, sin contar aquellas que perviven en los recuerdos y sentimientos de sus habitantes.

Recuerdo Férreo propone el encuentro en torno a dichos relatos, que son una parte importante de la *memoria colectiva* y del *patrimonio cultural* de la región y del país, con el propósito de promover la apropiación social de la memoria colectiva en torno al tren en Antioquia.

La voz de la experiencia de Germán Vergara, pensionado ferroviario que durante años se ha dedicado a crear y divulgar documentos audiovisuales sobre los ferrocarriles, es el elemento inspirador de una estrategia colaborativa basada en espacios de *encuentro* entre las personas que quieran compartir sus historias con el tren (*colaboradores* en el enriquecimiento de la memoria colectiva mediante sus historias) y aquellas interesadas en conocerlas y divulgarlas mediante sus propias narraciones (*creadores* de nuevos relatos que se incorporan a la memoria colectiva en torno al tren).

Los *Cafés del Recuerdo Férreo* son el lugar de encuentro en el cual, al conocer y juzgar la experiencia, tanto los colaboradores como los creadores entran en conversación para compartir sus memorias particulares en torno al tren, para contribuir así a la construcción de una memoria colectiva. Eventualmente, esa colaboración trasciende la conversación, a lo cual la estrategia se adapta con la facilitación y documentación de estos desarrollos desde la perspectiva de la comunicación - educación en torno al patrimonio cultural, representado en este caso en las historias de la gente con el tren.

¹ Los recursos de referencia están disponibles en el siguiente enlace: <https://bit.ly/3REw8Yx>



Los *colaboradores* y *creadores* se suman a un relato colectivo al integrar sus propias experiencias, además de los documentos y narrativas que pueden surgir en el proceso. También son la base de ejercicios de cocreación que les dan a las historias un nuevo valor como patrimonio cultural inmaterial relacionado con el tren y, más específicamente, como *lugar de la memoria* desde el cual se puede reconocer la historia, imaginar futuros posibles, fortalecer los lazos de las comunidades e incentivar la autogestión de su fortalecimiento, a partir de la puesta en valor de ese relato colectivo. De esta forma, el ferrocarril se convierte en un nuevo elemento de encuentro que, más allá de la desaparición de trenes y estaciones, invita a un nuevo viaje.

Esto cobra más realce aún si se tienen en cuenta las posibilidades de la conversación transmedia que se propone en este proyecto. En este sentido, *Recuerdo Férreo* se concibe como una experiencia de apropiación social del patrimonio cultural que sirve de guía para el desarrollo de un marco de trabajo con estrategias de alcance transmedial, a partir de la colaboración con las comunidades y con miras a la promoción de la memoria colectiva. En tal virtud, dicho marco de trabajo puede ser aplicable en un futuro a otros ejercicios basados en estrategias similares y con propósitos afines.

Recuerdo Férreo parte del latente interés de los antioqueños por el ferrocarril y por las historias de quienes lo vieron rodar, interés que está asociado a la nostalgia y se renueva con cada anuncio o proyecto de reactivación. Con esto en mente, se busca diseñar una estrategia en torno a este hito histórico desde una perspectiva multidisciplinar que incluye conocimientos de la comunicación transmedia, el desarrollo de marcos de trabajo, la construcción colaborativa, la memoria colectiva y la apropiación del patrimonio cultural.

Dentro de cualquier estrategia transmedia o sujeta a serlo, el usuario es un actor crucial para su funcionamiento. Es por esto por lo que se suele buscar que los usuarios se integren a la estrategia desde múltiples niveles; como lo plantea Sophy Smith (2018, p. 9): “[El] rendimiento transmedia no es necesariamente inmersivo, como se suele suponer, sino que, de hecho, es integrativo: en lugar de sacar a las



personas de su vida diaria, tiene el potencial de llevar las artes [o productos transmedia] directamente a la vida cotidiana de las personas”².

En el caso de *Recuerdo Férreo*, se pretende cohesionar e integrar a las comunidades objetivo por medio de una estrategia constituida por diferentes acciones, canales y formatos. En este orden de ideas, el antiguo Ferrocarril de Antioquia debe entenderse como un caso de estudio en el que la estrategia toma forma, se desarrolla y permite experimentar diversas acciones que tendrán como resultado (en una primera etapa) la obtención y comprobación de un marco de trabajo.

Desde una mirada más detallada, se puede determinar que la estrategia cuenta con posibilidades de crecimiento y transmedialización, por cuanto se trata de un proyecto por etapas, cada una de las cuales tendrá diferentes canales, definidos por investigaciones previas en el trabajo de campo y las lecturas académicas. Lo anterior provee un marco de trabajo que puede ser útil en el diseño de estrategias transmedia asociadas a la promoción de la memoria colectiva para la apropiación del patrimonio cultural, pues *Recuerdo Férreo* se pregunta por la integración del usuario a un relato o una narrativa con ese propósito.

El marco de trabajo obtenido a partir de la estrategia también puede verse no solo desde la comunicación transmedia, sino también con un enfoque más sociológico: establecer caminos para fortalecer los procesos de memoria colectiva que faciliten la apropiación del patrimonio cultural como herramienta para contribuir al empoderamiento de una comunidad en la autogestión de sus necesidades a partir de su producción simbólica, en términos de Thompson (1998), Toro y Rodríguez (2001) y Martín - Barbero (2010), los cuales contribuyen a la construcción del concepto de *producción simbólica pública* que hacen Mena - Mendez, Fernández Armer y Ferrán Fernández (2017):

Es la representación de las prácticas sociales en las cuales las informaciones circulan por distintas vías y canales, dejando una impronta y o significación en la sociedad. Ocupan un lugar de referencia los espacios de socialización, en los cuales se originan y se comparten todo tipo de contenido mediante signos y símbolos, capaces de construir sentidos e imaginarios

² Las traducciones de los textos en inglés son de nuestra autoría. En el original: “[...] *transmedia performance isn’t necessarily immersive as is often assumed, but is in fact integrative – rather than taking people out of their daily lives, it has the potential to bring arts directly into people’s everyday lives*” (Smith, 2018, p. 9).



colectivos que trascienden a la cultura y la identidad de un contexto en un periodo socio-histórico concreto.

¿Con qué tipo de servicios y plataformas este proyecto se propone responder a las necesidades que lo motivan? Bajo las lógicas anteriores, puede describirse el servicio propuesto por el proyecto como uno de carácter profesional, que permitirá a otros colegas, a futuro y dependiendo de los resultados, tener una herramienta útil para el desarrollo de estrategias transmedia para trabajar con las comunidades en la promoción de los derechos culturales, entre estos la apropiación del patrimonio cultural.

En cuanto a las plataformas, este es un proyecto que busca ser integrador de canales, dispositivos y soportes. Sin embargo, privilegia la experiencia vivencial del usuario y ve al patrimonio cultural como un bien humano, vivo y cohesionador, que no se queda solo en anaqueles o en repositorios análogos o digitales, sino que hace parte de cualquier comunidad, sea cual sea su capacidad de acceso a herramientas *online* y *offline*.

En relación con lo anterior, es importante precisar que se toman las referencias y la memoria histórica como el marco que propicia esta conversación transmedia para construir y promover la memoria colectiva, pero no como un factor para inhibir o descalificar la puesta en común que haga cada sujeto al acervo conjunto que se quiere poner en valor como patrimonio público.

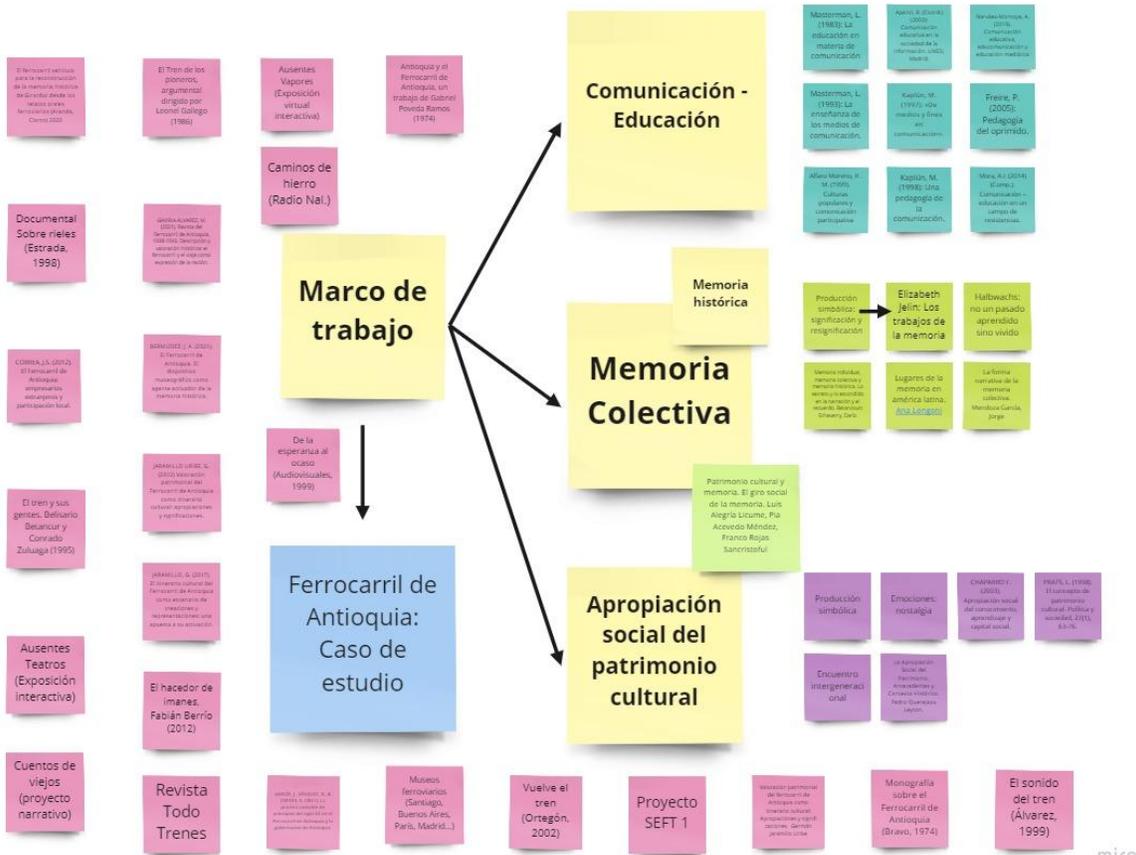
1.2. Conceptos clave

Memoria colectiva (memoria histórica, lugares de memoria), **apropiación social del patrimonio cultural** (producción simbólica), **comunicación - educación**.

Figura 1³

Relación entre los conceptos clave y el soporte teórico e investigativo concomitante

³ El mapa en el tablero original está disponible en el siguiente enlace: <https://bit.ly/3VT8B8Y>



1.3. Antecedentes y contexto

La historia de la conexión ferroviaria de Medellín con Puerto Berrío, donde esta se unía con otras líneas que llegaban hasta la costa norte del país, es un hecho histórico del cual hay numerosos registros entre los que se destacan monografías históricas y trabajos audiovisuales para televisión.



Los principales referentes bibliográficos sobre el asunto son dos monografías históricas que fueron premiadas durante un concurso organizado por el Instituto para el Desarrollo de Antioquia, las Empresas Departamentales de Antioquia y la Secretaría de Educación y Cultura del Departamento, con ocasión del centenario del inicio de las obras del Ferrocarril de Antioquia. La obra ganadora fue *Antioquia y el Ferrocarril de Antioquia*, un trabajo de Gabriel Poveda Ramos (1974), que enfatiza en los impactos económicos del proyecto regional de transporte férreo y, con abundancia de datos y gráficas, da luces sobre los factores que llevaron al esplendor del mismo y su incidencia en el desarrollo de Antioquia.

El segundo puesto lo ocupó la *Monografía sobre el Ferrocarril de Antioquia* (Bravo, 1974), en la cual el autor hace una compilación y análisis de los principales documentos que permiten comprender los detalles y desarrollos de la empresa, hasta su venta a la Nación en la década de los años 60. Allí se compilan informes oficiales, normas, documentos y datos que dan cuenta de los progresos de la obra iniciada bajo el liderazgo de Francisco Javier Cisneros que logró conexión con Medellín ya en 1924.

Estas dos obras son recurrentes en numerosas tesis de grado y otras investigaciones que, desde aspectos que van de lo económico a lo cultural, entre otros, analizan el desarrollo del Ferrocarril de Antioquia, algunos a niveles de alto detalle, como el trabajo de García, Vásquez y Zapata (2011), que analiza las prácticas contables de la empresa departamental y con ello da luces de algunos aspectos culturales que rodeaban la gestión de la organización. Muchos de estos análisis también desembocaban en las posibilidades de la reactivación, una expectativa que animó también numerosos proyectos audiovisuales, en su mayoría emitidos por la televisión regional y nacional.

Entre ellos se destaca *El Tren de los pioneros*, argumental dirigido por Leonel Gallego (1986), que relata la odisea de Cisneros en la construcción del Ferrocarril de Antioquia en la misma línea argumental de las dos citadas monografías, especialmente la de Bravo Betancur, perspectivas que ilustran el imaginario que sublima el tren como promesa efectiva de modernidad, a pesar de traumatismos e imposibilidades que tuvo que afrontar y arrastrar durante toda su historia (Correa, 2012).



En la década de los años 90, la expectativa de un nuevo milenio avivó los ánimos para esperar o reclamar el regreso del tren, no solo en Antioquia, donde el canal local Telemedellín realizó el documental *Sobre rieles* (Estrada, 1998), un relato basado en testimonios de habitantes de zonas cercanas a la línea férrea hacia Puerto Berrío y la aparición de un personaje protagónico, inspirado en un nostálgico del tren, un abordaje similar a la obra *El tren y sus gentes*, libro en el que el expresidente Belisario Betancur y Conrado Zuluaga (1995) hacen un acercamiento a los efectos de la presencia del tren en la vida de las personas de sus áreas de influencia en el país, una perspectiva más de corte antropológico que de historia del desarrollo económico, como la que aborda otra serie de audiovisuales de finales del siglo XX.

Entre este grupo de producciones se encuentra *El sonido del tren* (Álvarez, 1999), que pone de presente el caso de Antioquia para ilustrar el auge y declive de los ferrocarriles en Colombia, pero deja sobre la mesa el indicio sobre el valor patrimonial de sus vestigios (estaciones y otras instalaciones, su incidencia en la cultura local), más allá de una potencial reactivación; una pista que ya estaba trazada incluso por la comunicación institucional de la empresa Ferrocarriles Nacionales de Colombia, en su publicación corporativa, como lo explica Gavía Álvarez (2021).

Superar la expectativa de un regreso del tren parece ser una visión que recoge la impotencia asociada a la desaparición de una de las mayores empresas nacionales y el escepticismo de una eventual resurrección de los Ferrocarriles Nacionales, según se plasma en el documental *De la esperanza al ocaso* (Audiovisuales, 1999), presentado en momentos en que la desaparecida empresa estatal había sido sustituida por Ferrovías, encargada de la administración de la infraestructura férrea existente a la fecha.

En contraste, ese esfuerzo gubernamental por activar un nuevo modelo de gestión del transporte férreo en Colombia a partir de dos empresas estatales, una encargada de administrar la infraestructura (Ferrovías) y otra al frente de la gestión del transporte de carga y pasajeros (Sociedad de Transporte Ferroviario - STF), se hizo visible con *Vuelve el tren*, otro trabajo audiovisual enfocado en las gestiones de dichas entidades para la reactivación del transporte por tren, especialmente la rehabilitación de vías y estaciones (Ortegón, 2002).



Todos estos trabajos pueden interpretarse como la evidencia de un anhelo por el regreso, tan antiguo como la desaparición del Ferrocarril de Antioquia. En relación con ello, el antecedente más reciente parece plegarse a una perspectiva, ya no enfocada en esa expectativa, sino en el llamado a reconocer el patrimonio material e inmaterial que rodea al tren en el departamento, relación que ilustra con claridad Jaramillo (2012). El canal local Telemedellín realizó el documental *El hacedor de imanes*, dirigido por Fabián Berrío (2012), en el cual el protagonista hace un recorrido por las antiguas estaciones del trazado férreo hasta el municipio de Cisneros, en un ejercicio que busca poner en valor las historias de la gente en los territorios por donde pasó el tren y los esfuerzos para que la memoria en torno a él no desaparezca.

El mismo relato parece haberse agotado, así como las expectativas sobre un eventual regreso del tren, aun cuando el hecho más reciente es la operación de la empresa Ferrocarril de Antioquia, encargada de la gestión de proyectos para el transporte férreo, de los cuales el más avanzado es el denominado Tren del río, que conectaría de sur a norte el Valle de Aburrá y cuya construcción se espera adjudicar en 2022. Puede pensarse que con cada nuevo anuncio se renovaba el mismo argumento, el mismo relato hacia el regreso como punto de encuentro de todas las narraciones. Ante la caducidad de aquel, la memoria volvía al olvido, hasta el nuevo aviso, que conducía a desempolvar los ya dichos antecedentes.

Por eso, el relato sobre el tren se puso por encima de esta dinámica atada a la gestión gubernamental, pero es curiosamente desde el mismo Estado que surge una reciente propuesta narrativa que pone en diálogo expresiones culturales como la literatura y la música, con la memoria colectiva en torno al tren. La serie documental para radio *Caminos de hierro*, realizada por la Radio Nacional de Colombia (Otálora, 2020), propone un recorrido por el país, a partir de las narraciones literarias vinculadas a los ferrocarriles en varias rutas: Pacífico, Huila y Tolima, Expreso del Sol, Ruta del Café y La Guajira. Este nuevo lenguaje da relieve a las voces que empezó a hacer visibles la obra *El tren y sus gentes* (Betancur y Zuluaga, 1995), aprovechando las posibilidades del sonido, que trae a la vida al tren, en el llamado “teatro de la imaginación”, que es la radio; antecedente que resulta particularmente útil como alternativa para la construcción colectiva que se propone en este proyecto.

Otros antecedentes van mostrando la evolución no solo en los enfoques y abordajes, sino desde los lenguajes y las formas narrativas a partir de las cuales se puede tratar la memoria en torno al tren, en una suerte de itinerario que se recorre para ganar



nuevas formas de apropiación (Jaramillo, 2017), que afianzan el papel de los ferrocarriles como fuente de patrimonio cultural, un tema recurrente en todos los territorios con alguna tradición férrea: pueden citarse los museos ferroviarios en ciudades como Santiago de Chile y Buenos Aires, donde se exhibe y conserva material rodante y todo tipo de objetos y documentos, hasta maquetas a escala que preservan la rica historia ferroviaria de estos países. En la capital argentina, existen ferro clubes como el de Remedios de Escalada, que además de la restauración y operación de material rodante antiguo (como los célebres coches de madera de la línea A del subte porteño), promueven el ferromodelismo como medio de apropiación de la memoria en torno al tren, mediante reproducciones a escala de momentos históricos de la misma. Una evidencia de la masa crítica en torno al tema, que además mantiene algunas publicaciones temáticas como la *Revista Todo Trenes*,⁴ dedicada a la narración histórica y a la memoria visual sobre el tema.

Las instalaciones museográficas entran entonces en las posibilidades del relato en torno al tren, muestra de lo cual es el espacio de este tipo, dedicado al Ferrocarril de Antioquia en la estación Cisneros, Nordeste de Antioquia, el cual reproduce la historia recogida en las monografías y audiovisuales enunciados antes en este apartado capítulo, en línea con los fundamentos de la propuesta museográfica que analiza y formula Jaime Andrés Bermúdez (2021).

Un giro muy interesante en un relato sustentado en lo objetual está ejemplificado en el *proyecto SEFT-1* (Puig y Padilla, 2006), propuesta que combina elementos de la arqueología, la antropología y la ingeniería, entre otras disciplinas, para dar bases al ejercicio emprendido por los realizadores, de recorrer las antiguas rutas de pasajeros en México en un vehículo especialmente construido para subir y bajar de las vías, según el estado de las mismas, en busca de los objetos y testimonios que permitieran reconstruir en su dimensión la importancia del tren para los territorios donde pasaban y el impacto de su desaparición. Todo queda documentado en un catálogo de objetos encontrados en el recorrido, mapas, fotografías y testimonios, publicados en un libro y un sitio web, que contó con aportes posteriores de la audiencia. La experiencia derivó en un modelo que pudo ser replicado parcialmente en Ecuador.

⁴ Disponible en <http://revistatodotrenes.blogspot.com/>



Otro de los aportes de este proyecto es la expansión de lenguajes y plataformas, lo que nos ha llevado a reconocer varios antecedentes que también están orientados a la apropiación de la memoria colectiva mediante la colaboración, algunos de los cuales dejan ver con más claridad elementos de la comunicación - educación, perspectiva cuya relación con este trabajo se expone en detalles en páginas posteriores, pero que, en el contexto de los antecedentes que se busca presentar aquí, vale destacar que ha demostrado su aplicabilidad en temas de apropiación del patrimonio (Cáceres y Cuenca, 2015) y construcción de vínculos con los elementos constitutivos de la cultura, entre ellos el patrimonio, a partir del ejercicio de producción simbólica, desde la perspectiva que se expondrá posteriormente en este capítulo y enfoques como el que propone Narváez (2019), además como una forma de empoderamiento ciudadano, en relación con los medios para la comunicación (Gozálvez y Contreras, 2014) y desde una perspectiva crítica (Bermejo-Berros, 2021).

Uno de los proyectos con componentes educomunicativos cuyo tema se asimila al de los ferrocarriles, por implicar referencias de un pasado común, es *Cuentos de viejos* (Dematei et al., 2022), un documental colaborativo transmedia producido para el canal público *Señal Colombia*, cuyo relato se basa en los aportes hechos por adultos mayores que cuentan historias de su pasado, las cuales sirven como base para la creación de contenidos que tienen alcance educativo, gracias al aporte que a su vez están invitados a hacer profesores de colegios en el país, que puedan encontrar en estos materiales una ayuda didáctica para abordar asuntos como la historia de las poblaciones o los usos y costumbres. Así lo exponen los creadores del proyecto en el sitio *web* del mismo:

Proponemos que los estudiantes salgan a buscar historias en su comunidad, historias de infancia relatadas por personas mayores y que refieran a episodios y lugares relevantes de la historia local. Cada proyecto define su tema de investigación, y decide qué entrevistas publicar y cómo ordenarlas (Dematei et al., 2022).

El uso de la televisión y las plataformas digitales ha permitido que la convocatoria tenga alcance nacional y se registren experiencias de aplicación en todas las regiones del país.

Un antecedente que combina las instalaciones museográficas clásicas y contemporáneas con las herramientas digitales es *Ausentes teatros* (Abad et al., 2019),



una exposición dedicada a poner en valor la historia de tres teatros históricos de la ciudad de Medellín y que incluía testimonios de personas que los usaron y los vivieron, junto con reconstrucciones apoyadas en la realidad virtual y la realidad aumentada. Se dispuso una muestra que proponía un recorrido por los tres escenarios, su historia, objetos vinculados a ellos como partes de los edificios o programas de mano, así como galerías interactivas audiovisuales.

Todos estos elementos ponen sobre la mesa las posibilidades del trabajo colaborativo para el desarrollo de proyectos en los cuales el uso o la creación de objetos tengan un papel preponderante, para lo cual un posible escenario es lo digital, particularmente las aplicaciones sociales en línea que facilitan la colaboración y el trabajo participativo a distancia (Smith, 2018), sin desestimar el valor de plataformas o artefactos con posibilidades iguales en el mundo real, para lo cual ya se ha demostrado el potencial que tiene específicamente el tema del ferrocarril, como la propuesta museográfica para el Ferrocarril de Antioquia, formulada por Bermúdez (2021).

Todos estos referentes nos dan luces en la búsqueda de una estrategia flexible, en función de la colaboración con los actores convocados, de sus formas, lenguajes y plataformas de narración, para que se integren al escenario desde el cual se quiere promover la construcción de memoria colectiva, mediante la apropiación del patrimonio cultural, empezando por el que está en la memoria de cada persona, vinculado estrechamente con emociones como la nostalgia o el sentido de pertenencia hacia su territorio y la cultura, representada en todos los elementos que hacen parte de las historias con el tren y que se convertirán en eslabones de las cadenas de intercambio y colaboración que se busca establecer a partir de conversaciones abiertas sobre los recuerdos con el tren. Las consideraciones en torno a estos antecedentes dialogan con los abordajes y fundamentos del siguiente grupo de trabajo que se han tomado como referentes en lo que va del desarrollo del proyecto.

1.4. Hipótesis del proyecto

A partir de la implementación experimental de una estrategia transmedia para la promoción de una memoria colectiva, es posible crear un marco de trabajo que promueva la apropiación social del patrimonio cultural.



Esa apropiación depende de que los públicos accedan de una forma óptima a la estrategia colaborativa multicanal e interactúen entre ellos mismos, al igual que con los recursos propuestos por ella, y participen al crear nuevo contenido que amplíe la narrativa. Todo lo anterior debe ser medible e identificable por medio de un sistema de rúbrica definido por el equipo implementador.

El resultado de esta apropiación es una memoria colectiva y viva a su vez, construida desde una perspectiva de comunicación - educación, ligada a la apropiación social del patrimonio cultural y con el ferrocarril en Antioquia como caso de estudio, lo cual implica desarrollar y probar un marco de trabajo replicable para otros proyectos que tengan un enfoque cultural y social similar.

1.5. Justificación

“Hubo un tiempo en el que todo el esplendor de Antioquia viajaba a bordo de locomotoras a vapor. Las bocanadas de humo que emergían a medida que se acercaban y el silbato que anunciaba su presencia eran los sonidos de la modernidad. Tan efímero fue ese esplendor como las mismas máquinas, que terminaron apiladas y desguazadas en cuanta manga sobrevivió. Pocos advertirán, al verlas pudrirse como chatarra en los patios de Bello, que esta tierra nada hubiera sido sin ellas”.

El Colombiano, marzo de 2022.

El Ferrocarril de Antioquia, cuya construcción estuvo mediada por las dificultades geográficas y económicas de la época, significó para los antioqueños mucho más que un simple transporte de carga: fue un tejedor de historias, de sentido y el referente de una región hasta 1992, cuando desapareció.

Esa generación que pudo vivenciar el hito histórico del ferrocarril, patrimonio cultural del departamento de Antioquia, está llegando al culmen de su vida. En cada uno de sus integrantes reside la memoria, que es el mayor valor del patrimonio cultural, de acuerdo con Pedro Querejazu Leyton (2003, p. 46).



Este proyecto nace de esa urgencia por conservar la memoria en torno a un patrimonio que aporta numerosas respuestas para que las nuevas generaciones comprendan su propia historia y muchos aspectos de su presente.

A esa relevancia de la memoria colectiva y del patrimonio cultural se le suma el hecho de una alta dinámica de las industrias creativas en Colombia, que en 2020, año en que se impusieron los efectos de la pandemia por la Covid-19, exportó servicios culturales y creativos por valor equivalente a 104,8 millones de USD, según The Global Innovation Index (Minciencias, 2022) y se calcula que las industrias creativas dieron empleo a 490 770 personas entre enero y septiembre de 2021 (UNCTAD, 2022).

La consultora internacional Heritage Strategies International, en un libro editado por su presidente Donovan Rypkema, profesor titular de la Universidad de Pennsylvania, y Hristina Mikić, miembro del Creative Economy Group (2015)⁵, se afirma que:

Los potenciales de desarrollo del patrimonio cultural ocupan un lugar de particular importancia dentro de la economía creativa que aúna cultura, economía, ciencia y educación. En primer lugar, el patrimonio asegura la continuidad cultural además de identificar y fortalecer las identidades individuales y colectivas, respetando otras culturas y la diversidad de expresiones culturales, así como afirmando valores simbólicos, educativos, sociales, económicos y otros. En segundo lugar, el patrimonio cultural puede ser una base de conocimientos para el desarrollo de una sociedad creativa y un medio para fomentar el desarrollo económico local (p.7).

Por esta razón, la pertinencia del proyecto no se limita a promover la memoria colectiva, sino que también se orienta al planteamiento de un marco de trabajo que deje insumos para facilitar la creación de proyectos similares que se preocupen por el fortalecimiento de la memoria colectiva mediante la apropiación del patrimonio cultural.

⁵ Las traducciones de los textos en inglés son de nuestra autoría. En el original: “[...] *Development potentials of cultural heritage hold a place of particular importance within creative economy which brings together culture, economy, science and education. Firstly, heritage ensures cultural continuity in addition to identifying and strengthening individual and collective identities, respecting other cultures and a diversity of cultural expressions, as well as affirming symbolic, educational, social, economic and other values. Secondly, cultural heritage can be a knowledge base for development of a creative society and a means of encouraging local economic development*” (Rypkema, D., & Mikić, H. (2015).



El empeño consiste en motivar conversaciones donde la memoria colectiva y la apropiación del patrimonio cultural tomen el valor que se merecen. Se busca que las comunidades dejen de ver este último como “cosas viejas” (en el caso del Ferrocarril, “máquinas viejas”), y sus imaginarios migren para darle un nuevo significado al concepto: un proceso vivo en el que es necesaria la participación de todos. Como lo plantea Querejazu (2003):

Se ha ido pasando del concepto de “antigüedad”, de monumento arquitectónico, de obras maestras de pintura y escultura guardadas o arrumbadas en museos, como cosas viejas del pasado que de vez en cuando estaban destinadas a las élites sociales, hacia una visión del patrimonio como algo de todos y que abarca lo que es heredado y nos rodea.

Esta valoración es particularmente importante en tiempos de crisis. El patrimonio cultural nos define como unicidad respecto de la otredad, nos ayuda a reconocernos en los elementos comunes pero diversos respecto al reconocimiento del otro, (p. 45).

Para contribuir a estas causas y necesidades culturales, *Recuerdo Férreo* plantea en una primera etapa una experiencia que busca dar herramientas para la construcción de un marco de trabajo que tiene como elemento inspirador de creación el caso del antiguo Ferrocarril de Antioquia y cuyas bases son los conceptos de memoria, apropiación social del patrimonio cultural y comunicación - educación.

En este punto se coincide con Querejazu (2003) cuando recomienda a los gobiernos a la hora de aplicar estrategias culturales la “educación y comunicación para la apropiación de la cultura” y la “comunicación para la apropiación social de la cultura y el patrimonio” (p. 51).

En esa medida, y de una forma ambiciosa, el marco de trabajo a desarrollar durante la puesta en marcha de *Recuerdo Férreo* no solo servirá para proyectos multiplataforma, *crossmedia* o *transmedia* –relacionados con la memoria y el patrimonio–, sino también para entidades gubernamentales o privadas que se preocupan por la apropiación de la cultura en los territorios por parte de las comunidades.

Con respecto a las plataformas, el proyecto busca ser integrador de canales, dispositivos y soportes. Sin embargo, privilegia la experiencia vivencial del usuario. Por eso, el producto núcleo son los *Cafés del Recuerdo Férreo*, espacios que fomentan



la participación y la cohesión social, sobre los que empezarán a desprenderse los canales, las plataformas y los dispositivos que le ayuden a la estrategia a incrementar la posibilidad y disposición de apropiación del patrimonio cultural de las comunidades de interés.

Ahora bien, ¿qué tan dispuestas están las personas a asistir a cafés tipo conversatorio dentro de una estrategia transmedia? En la investigación “Experiencias vivenciales en los proyectos transmedia: la herramienta de los cafés tipo conversatorio en el Valle de Aburrá”, Robledo et al. (2018) encontraron con una encuesta realizada a 200 personas en el Valle de Aburrá que

Un 81,9% de los encuestados dijo que si saliera una nueva película, novela, serie o libro de ficción y se realizara en su ciudad un café para hablar de temas relacionados a la narrativa, y dicho evento fuera organizado por la misma producción, estarían interesados en asistir. Asimismo, un 80,6% asistiría si sale un nuevo reportaje periodístico, documental o libro de no ficción sobre un tema de actualidad y se realizara en su ciudad un café para hablar de temas relacionados a la narrativa, organizado por el medio que realizó el producto comunicativo (p. 7).

Esto otorga pistas sobre las motivaciones de las personas a participar de los espacios presenciales dentro de una estrategia transmedia y permite proyectar que el marco de trabajo sí puede privilegiar los espacios vivenciales y plantear desde ahí otros canales de contacto, entre ellos los digitales, con las comunidades. Esto podría darse, incluso, de manera orgánica por los mismos participantes.

Así pues, plantear un marco de trabajo a partir de la experiencia propuesta de promoción de la memoria colectiva mediante la apropiación del patrimonio cultural, brinda la posibilidad de que el proyecto proporcione un insumo que facilite su replicación en diversos contextos, y que incluso pueda ser expandido por la propia comunidad.

De este modo, se aportarán elementos significativos dentro del espectro del trabajo con comunidades y patrimonios culturales para que, a futuro, no todo termine con la desidia que corroe las latas y los herrajes que otrora pertenecieron a las locomotoras del ferrocarril. Que sean la memoria colectiva y la apropiación del patrimonio cultural las que permitan que las comunidades les den un nuevo valor y una nueva vida a la herencia legada por sus antepasados en –y a lo largo de– la vida cotidiana.



1.6 Objetivos generales y específicos

Objetivo general

Implementar una estrategia transmedia de memoria colectiva, desde una perspectiva de comunicación - educación, que incentive la apropiación del patrimonio cultural relacionado al ferrocarril en Antioquia para la construcción de un marco de trabajo que pueda ser replicable en otros proyectos similares, relacionados con memoria y patrimonio.

Objetivos específicos

- Prototipar la experiencia transmedia de los *Cafés del Recuerdo Férreo* en Santo Domingo y Cisneros, en el segundo semestre de 2022, para recopilar información que permita la construcción del marco de trabajo.
- Propiciar con los *Cafés del Recuerdo Férreo* espacios que permitan la participación y la cocreación para la construcción de memoria colectiva respecto al Ferrocarril de Antioquia.
- Establecer una rúbrica de evaluación, análisis, registro y seguimiento de la experiencia de los *Cafés del Recuerdo Férreo* para la recolección de la información con la que se construirá el marco de trabajo.

1.7. Referentes teóricos sobre los conceptos

Memoria colectiva

En primera medida, es de vital importancia citar a Halbwachs (2004) cuando se habla de memoria colectiva. Este psicólogo y sociólogo judío, fue nombrado presidente del Instituto francés de sociología en 1938 y es autor de numerosas obras de sociología que se destacan por sus aportes en la construcción del concepto de memoria colectiva.



Según este autor, la memoria colectiva no habla de un pasado aprendido, sino de un pasado vivido. En este sentido, dice, ayuda a distinguir un pequeño mundo interior que posee el sujeto y la sociedad que lo rodea, por el estado de conciencia de un individuo sobre el lugar donde se encuentra. A través de ella se pueden modificar los recuerdos, definidos por el propio Halbwachs como “una reconstrucción del pasado con la ayuda de datos tomados del presente, y preparada de hecho con otras reconstrucciones realizadas en épocas anteriores” (p. 71).

Así, la memoria colectiva como categoría de análisis permite comprender que no se puede decir que un sujeto está solo o que recuerda solo, ya que cualquier nueva imagen que perciba se perfilará sobre otros recuerdos que ya han sido plasmados por otros.

Por lo anterior, para abordar el concepto de memoria también resulta pertinente la mirada de Elizabeth Jelin (2002), socióloga e investigadora social argentina cuyos temas de estudio predominantes son derechos humanos, las memorias de represión política, la ciudadanía, el género, la familia y los movimientos sociales. Como una de las fundadoras del Cedes (Centro de estudios de Estado y Sociedad) en Argentina, su bagaje y sus reflexiones arrojan y elaboran una mirada de la memoria atravesada por las problemáticas y particularidades de Latinoamérica, una perspectiva concordante con el contexto de este proyecto.

En su libro *Los trabajos de la memoria*, citando autores como Ricoeur y Koselleck, Jelin (2002) establece la importancia de la memoria en el mundo contemporáneo como un elemento necesario para reafirmar la identidad de un individuo en una comunidad, teniendo en cuenta la aceleración del tiempo, la confluencia de sentidos atomizados por las disposiciones sociales y tecnológicas del presente. A partir de este precedente, la memoria se fortalece o se produce cuando está atada a una comunidad o a un grupo social; este mecanismo se da en un proceso de temporalidad compleja en la que confluyen pasado, presente y futuro. Esto se da porque, si bien se puede medir el tiempo histórico en décadas o siglos, cuando se integra el componente de la subjetividad, el tiempo histórico adquiere múltiples sentidos con los que se colectiviza la memoria, una memoria también hecha de vacíos y de olvidos.

La presencia del individuo como actor y experimentador de la memoria, más allá de un hecho histórico objetivado, hace que el tiempo se reordene de otra manera en la



que en el presente se reconstruye desde una experiencia del pasado, lo que implica que el pasado será reconstruido a partir de la mirada que el sujeto tiene de su presente y esta experiencia a su vez guarda una expectativa o lo que Koselleck (1993) llama “horizonte de expectativa”, que no es otra cosa que una intención de futuro. Así pues, la visión de memoria de Elizabeth Jelin plantea una convergencia temporal en la que los individuos y las comunidades hacen una construcción simbólica de sentido del pasado en el presente, para proyectarse hacia el futuro y, en esta medida, propiciar espacios para el fomento de la construcción de memoria, los cuales son vitales para el fortalecimiento de la identidad y la gestión de las necesidades de una comunidad desde su propia producción de sentido, como lo explica la autora:

Estamos hablando de procesos de significación y resignificación subjetivos, donde los sujetos de la acción se mueven y orientan (o se desorientan y se pierden) entre «futuros pasados» (Koselleck, 1993), «futuros perdidos» (Huysen, 2000) y «pasados que no pasan» (Connan y Rousso, 1994) en un presente que se tiene que acercar y alejar simultáneamente de esos pasados recogidos en los espacios de experiencia y de los futuros incorporados en horizontes de expectativas. Esos sentidos se construyen y cambian en relación y en diálogo con otros, que pueden compartir y confrontar las experiencias y expectativas de cada uno, individual y grupalmente (Jelin, 2002, p.13)

Si bien Jelin (2002) aborda el concepto de memoria para proponer formas de entender problemáticas sociales complejas en Latinoamérica como las dictaduras y los crímenes de Estado, su visión permite también abordar y comprender, desde la memoria, otro tipo de problemáticas latinoamericanas que llevan consigo la necesidad de reflexionar sobre su propia historicidad, de cómo se ha construido memoria sobre ciertos fenómenos y cómo esto puede aportar a establecer nuevas actualizaciones y puestas en valor del patrimonio cultural.

Los impactos del paso del ferrocarril por Antioquia entran en ese tipo de fenómenos en los que se activan procesos de producción simbólica, pues hallan en la comunicación un apoyo fundamental que, al hacer circular, competir y colectivizar sentidos, concepciones y significaciones, contribuye a transformar los conocimientos, las actitudes y los valores frente a la vida (Toro, Rodríguez, 2001), a la significación y resignificación que plantea Koselleck (1993) y que refiere Jelin (2002), las cuales tienen impacto en una comunidad, con lo cultural como primer escenario, este entendido como:



“El conjunto de procesos de producción colectiva de sentido, de significaciones y concepciones representadas en formas simbólicas, con las cuales los hombres y las mujeres comunican, perpetúan y desarrollan (transforman) su conocimiento, sus actitudes y valores frente a la vida en todas sus esferas” (Toro, Rodríguez, 2001, p. 14) .

El caso que ocupa este proyecto y aquellos para los cuales operaría el marco de trabajo que se propone, sintetizan en el ámbito de lo cultural la diversidad de factores que comprenden, síntesis que se concreta el patrimonio representado en las historias de las comunidades y sus gentes con el ferrocarril, el cual está asentado en los procesos de memoria colectiva ya descritos y que cobra valor cuando, en línea con todo lo anterior, se promueven ejercicios para su apropiación con ese mismo alcance comunitario, todo lo cual esboza el fundamento y define el sentido de nuestro trabajo.

Apropiación social del patrimonio cultural

Los espacios y procesos de comunicación se convierten en el motor de los procesos de memoria colectiva y apropiación social del patrimonio cultural que se proponen. Apoyado en las posibilidades de la comunicación transmedia, *Recuerdo Férreo* facilita, amplifica y expande la producción simbólica de las comunidades, desde sus propios ámbitos y dinámicas: sus emociones, espacios de referencia, el valor de la oralidad, los elementos culturales gravitantes en torno a ella (gastronomía, jergas, breviaros y similares), entre otros.

Al reforzar el valor de estos elementos simbólicos y articularlos de otros modos, al servicio de un bien público, este proyecto se apoya en una visión de la *comunicación* que no es instrumental, pero que tampoco reniega del papel clave de la tecnología en el contexto actual que, como lo explica Martín - Barbero (2010), “está suscitando la necesidad de encontrar y desarrollar otras racionalidades, otros ritmos de vida y de relaciones, tanto con los objetos como con las personas” (p. 49).

En esas circunstancias, surge como propósito la apropiación social, colectiva, comunitaria de un patrimonio público de carácter cultural y con valor educativo además, como el acervo histórico de las personas con el ferrocarril. Desde la perspectiva propuesta por Fernando Chaparro (2003), la apropiación social ocurre



cuando los “elementos sociales se convierten en principios de acción, o en principios organizadores del comportamiento humano y de la forma como las organizaciones y las instituciones sociales funcionan y responden a su entorno” (p. 1).

En otras palabras, la apropiación social se hace explícita cuando el patrimonio cultural y la historia se arraigan tanto a una comunidad que dichos elementos se convierten en rasgos que caracterizan el quehacer de sus miembros. Además, ambas variables (patrimonio cultural e historia) les permiten a los individuos comprender el medio que habitan gracias a un proceso de adquisición de conocimiento para construir el presente y el futuro de la sociedad.

Es importante resaltar que el ritmo creciente de la globalización y las tecnologías plantea grandes desafíos para las sociedades que juzgan el patrimonio cultural como aquello que “se considera digno de conservación independientemente de su interés utilitario” y se desligan de la concepción de “lo antiguo y lo moderno, el uso y el desuso, lo material y lo inmaterial, el original y la copia, la *museabilización* de la realidad y la *desmuseabilización* del patrimonio, la fragmentación disciplinaria y la globalidad de la experiencia [...]” (Prats, 1998, p. 64).

En vía de comprender la manera de abordar un concepto como el de apropiación social del patrimonio cultural, es necesario descomponer el concepto en sus partes mínimas y abordar la cultura y el patrimonio. La elaboración que hace el historiador y artista plástico Pedro Querejazu Leyton (2003), recoge la evolución de los términos de cultura y patrimonio para ubicar el concepto de apropiación social del patrimonio cultural en el presente.

Según este autor, tanto el patrimonio como la cultura han sido conceptos polisémicos, que han evolucionado con los discursos dominantes a través de la historia, pues, hasta hace más de un siglo, la cultura era un bien que le pertenecía a unos pocos, esta idea limitada relegó por muchos años a la cultura como una pertenencia de una clase privilegiada, creando la falsa ilusión de que existen culturas más evolucionadas que otras o que algunos la poseen y otros no.



Añade Querejazu Leyton que el sentido historicista de la modernidad, el fracaso social de las múltiples guerras y el positivismo han obligado a la humanidad a hacer ciertos revisionismos históricos, con algunas consecuencias que se revelan en los cambios significativos que ha sufrido el concepto de cultura, que pasó de ser algo asociado a las obras de arte a ser algo vivo, una elaboración de sentido que surge de la interacción que una comunidad tiene con su territorio y que impacta todos los niveles sociales y personales de los integrantes de dicha comunidad:

Al final del siglo xx la cultura se entiende como el resultado de la interacción de un determinado grupo humano en un determinado ámbito geográfico, a lo que se añaden las mutuas adaptaciones y modificaciones, y la interrelación de un grupo con otros. Esto implica que la cultura es algo integral, que explica y define todo el proceder humano” (Querejazu, 2003, p.44).

Esta noción de la cultura como algo que le pertenece a todos, que está viva e integrada a todos los aspectos de la vida, promueve la idea de que no se puede impactar a una comunidad si no se tienen en cuenta los mecanismos que usan sus integrantes para relacionarse entre ellos, con su contexto y con las construcciones simbólicas y de sentido que surgen de esas interacciones.

Esto va a tener grandes impactos en la forma cómo se concibe el patrimonio. Si bien su carácter de herencia recibida de los antepasados no ha cambiado, ahora se le suma el apellido de “cultural”. Esto implica que el patrimonio pasa de entenderse como un bien que pertenece al pasado, a un activo cultural que se actualiza en el presente a partir del movimiento orgánico de la cultura. En consecuencia abordar el patrimonio cultural implica no sólo valorar un monumento o un objeto heredado de los antepasados, sino también ponerlo en diálogo con un contexto presente.

Al igual que la memoria, el patrimonio actualiza su valor como experiencia pasada a partir del presente y esto se da gracias a que la memoria es el valor más importante de un patrimonio, en palabras de Pedro Querejazu Leyton (2003): “El valor esencial del patrimonio es el valor de lo heredado, valga la redundancia, y ese valor fundamental es el de la memoria. Así, el patrimonio cultural es hoy el activo de la memoria más que la carga del pasado” (p. 46).

En este orden de ideas, el patrimonio, al adquirir el apellido de cultural, va a transitar del lugar de lo exclusivo al lugar de lo colectivo como activo social, que guarda el



valor de la memoria y por ende representa la identidad de un grupo humano, que es una construcción cultural generadora de sentido. Estas condiciones convierten al patrimonio cultural en un lugar específico de la memoria que se proyecta hacia el futuro como lo plantean Alegría et al. (2018):

Lo Patrimonial puede ser entendido como un conjunto de valores, creencias y bienes que conformados y resignificados social e históricamente permiten construir una nueva realidad como expresión de las nuevas relaciones sociales que genera... En definitiva, es otorgarles un nuevo significado simbólico, reforzando que quienes pueden ejercer esta capacidad de significación sólo estarán haciendo uso, de una capacidad dada en el campo presente de la producción (p. 23).

Esta capacidad de uso desacomoda la idea de que un patrimonio cultural tiene valor en sí mismo y en cambio sitúa a una sociedad o comunidad como los encargados de valorar, elaborar y resignificar su patrimonio cultural en el presente, como explica Querejazu (2003):

El patrimonio vale para el grupo social y no al revés; es decir, el patrimonio cultural tiene un valor real y simbólico para el grupo humano que lo ha heredado. En consecuencia, el patrimonio cultural no vale en sí mismo sino porque el grupo humano le da valor (p.48).

Querejazu Leyton (2003), quien se desempeñó como coordinador de Cultura del Convenio Andrés Bello, sostiene que para esta organización promotora de la educación, la cultura, la ciencia y la tecnología en Iberoamérica, “el patrimonio no es una sucesión de objetos o elementos tangibles o intangibles, el patrimonio es ‘un lugar’, un ‘territorio común’ en el que se asienta e identifica una comunidad para saber ‘quién es’, para saber ‘quién no es’, y para saber ‘quién no quiere ser’ ” (p. 49).

En esta medida, el valor producido por un patrimonio ligado a su memoria es un vector que tiene un sentido hacia el futuro. Cuando se habla de apropiación, se habla de poner en uso, de hacer algo propio. En virtud de esto, la apropiación social del patrimonio cultural se define como ese proceso en el que una sociedad o comunidad “contamina” un patrimonio, lo integra a sus necesidades y lo usa para autogestionarse y participar en la proyección de su propio futuro. Allí es donde aparece la mencionada producción simbólica desde las comunidades y sus individuos. En palabras de Querejazu (2003): “Si las comunidades “no contaminan” su patrimonio, si no lo



incorporan a sus necesidades, no se lo pueden apropiar y esa contaminación es única garantía de supervivencia y transmisión al futuro.” (p. 51)

La cultura, el patrimonio y la apropiación social del patrimonio cultural son de vital importancia para *Recuerdo Férreo*, pues permiten evidenciar las potencialidades que tiene el antiguo Ferrocarril de Antioquia como patrimonio cultural más allá de las discusiones alrededor de su reactivación y permite usar este activo social como herramienta para generar espacios que posibiliten que una comunidad ligada a este se piense y se reflexione, en un proceso en el que integra sus necesidades y produce nuevos sentidos que lo proyecten hacia el futuro.

Comunicación - educación

Además del carácter cultural señalado anteriormente, *Recuerdo Férreo* aborda un asunto que tiene también valor e incluso alcances educativos, dadas las implicaciones históricas, sociales y económicas de un fenómeno económico, social y cultural como el del ferrocarril en Antioquia, que constituye un patrimonio en torno al cual se pueden activar acciones basadas en la producción simbólica de las comunidades, que tengan el mencionado valor y alcances, como lo explican Cáceres y Cuenca (2015) al explicar cómo se puede educar desde el patrimonio:

Educación patrimonial [es] la disciplina responsable de analizar y desarrollar propuestas didácticas (en contextos educativos formales, no formales e informales) de carácter investigativo, transdisciplinar y sociocrítico, en el que el diseño y desarrollo de finalidades, contenidos y estrategias metodológicas propicien la construcción de valores identitarios, fomentando el respeto intercultural y el cambio social, y conduciendo a la formación de una ciudadanía socioculturalmente comprometida (p. 38).

Estas son transformaciones que sin duda apuntan a la necesidad señalada por Martín - Barbero (2010) de encontrar y desarrollar otras racionalidades y relaciones con las personas y los objetos, en este caso, con nuestra historia común, lo cual reafirma el lugar que ocupa la comunicación en esa búsqueda y que dialoga coherentemente con el componente educativo del problema. Ahora bien, al hablar de comunicación, ligada al concepto de patrimonio, debemos saber que la conexión dada por ambos conceptos busca “entender mejor las conexiones que se establecen entre patrimonio, sociedad e instituciones culturales/educativas mediante la teoría de la comunicación



y siempre en relación con los procesos de enseñanza y aprendizaje” (Cristóforo, Palazzetti y Mateos, en Cáceres y Cuenca, 2015, p. 38).

Los desarrollos conceptuales que relacionan e incluso ponen en tensión la comunicación y la educación, asocian a la cultura como entorno de ambas. Así lo expone Narvárez – Montoya (2019) y señala que existen diversas versiones de la combinación de estos dos primeros conceptos: una institucional, una tecnologista, y una antropológico – cultural: la educomunicación.

Según plantea el autor, de la comunicación educativa se derivan la educación mediática y la educomunicación, la cual ha tenido giros significativos a partir del papel de los medios en ella, que han sido, desde apoyos tecnológicos hasta determinantes de la cultura, en lo que Narvárez – Montoya (2019, p. 18) describe como “dos matrices culturales que permanecen, las cuales no se superan la una a la otra: por un lado, una matriz o “racionalidad expresivo-simbólica popular” opuesta, por otro lado, a una matriz o “racionalidad informativa-instrumental” (Martín-Barbero, 2003, pp. 161-162)”.

Así las cosas, la educomunicación llega a ser determinada por la cultura y, según Montoya – Narvárez, se expresa “en dos tipos de educación: la educación escolar y la educación mediática, que viene a ser la mediatización de la educación cotidiana, pues, antes de que hubiera escuela y medios modernos, hubo educación” (2019, p.20).

Como lo describe de Oliveira Soares: “[...] la educomunicación es sentida como una unidad conceptual movilizadora, a pesar de presentarse como un concepto polisémico que, a su vez, comprende diferentes formas del hacer” (Soares, 2009, p. 195), pero por la ruta que trazó el maestro Martín – Barbero (2003), es válido plantearse si no resultan necesarias otras herramientas conceptuales para comprender aquello que sucede esa cotidianidad, de manera consciente y deliberada por fuera de las aulas, a partir de propuestas de sentido y la ya mencionada producción simbólica que cohesionan a una comunidad de un modo que trasciende al currículo, la escuela y la academia.



En efecto, el recuerdo del ferrocarril en Antioquia todavía moviliza, por ejemplo, decisiones que tienen impactos económicos y sociales (proyectos estratégicos de infraestructura pública como la proyección a 2040 de una red férrea para la región o la promoción de la Cultura Metro⁶, soportada en el valor intangible del tren para el progreso de la región), pero además vincula la memoria de personas de edades y condiciones sociales diversas. Teniendo esto en cuenta, se explica cómo el sentido del ejercicio comunicativo que conlleva esta propuesta y las características del factor educativo que implica la misma, hacen necesario apoyarnos en soportes conceptuales concordantes con estos matices.

Lo anterior en atención a que proponemos un ejercicio de resistencia al olvido de un patrimonio que se ha ido haciendo inmaterial y por eso damos un giro para apoyarnos en el campo de la comunicación – educación (Mora, 2014) con el fin de entender mejor el potencial transformador de nuestra propuesta, apoyada en la transmedia como un escenario posible de la producción de sentidos y vínculos para la transformación de los sujetos en el contexto de su cultura como lo señala Mora (2014):

“La relación comunicación – educación construye sentidos y vínculos, es decir, crea un campo de poderes con infinitos puntos de encuentro. Una de las tensiones fundamentales en este campo, es la mediación ligada no solamente a procesos educativos formales sino a todos los procesos de la experiencia cotidiana” (p.16).

Este movimiento que hacemos hacia la comunicación – educación comprende el camino recorrido por la comunicación educativa (Masterman, 1983, 1993; Aparici, 2003), la educación mediática y la educomunicación (Kaplún, 1997, 1998; Beltrán, 2005; Freire, 2005; Alfaro, 1999) y apuesta por acentuar el primer componente de la relación como una herramienta puesta al servicio común en la construcción colectiva del sentido propuesto para este proyecto: la apropiación social del patrimonio cultural.

⁶ Como Cultura Metro se conoce al uso adecuado del sistema de tren urbano en la ciudad de Medellín, plasmado en los comportamientos apegados a la norma por parte de sus usuarios, que han sido promovidos como una forma de cuidado del patrimonio común, representado en esa infraestructura.



1.8. Sobre los autores de Recuerdo Férreo

Figura 2

Equipo de trabajo y algunos usuarios durante implementación en Cisneros, octubre de 2022



Laura Rodríguez Hurtado

lrodrigueh@eafit.edu.co

Comunicadora Audiovisual de la Universidad de Antioquia, docente de Educación superior en el Tecnológico de Artes Débora Arango, en donde lidera el núcleo de nuevos medios y procesos académicos como las actualizaciones curriculares. Con experiencia en creación de Contenidos Audiovisuales.



Exintegrante de la Corporación Centro Plazarte y de la Mesa Cultural de Prado, allí exploró la comunicación, la producción de contenidos, el trabajo con comunidades y la gestión cultural en temas relacionados con Arte Cultura y Patrimonio en el Barrio Prado, zona patrimonial de Medellín. Integrante del semillero Insight del programa de Mercadeo de Eafit en el que desarrollan proyectos transmedia de apropiación social de conocimiento en marketing y sostenibilidad.

Ha participado en proyectos como Prado Distrito Cultural y Patrimonial y ECEC (Escuela Creativa, experimental, comunitaria).

Productora Transmedia con un enfoque en educación. Actualmente trabaja en Fábrica de Contenidos en producción de contenidos educativos transmedia como Líder Multimodal y es candidata a Magíster en Comunicación Transmedia de la Universidad Eafit.

Joaquín Alonso Gómez Meneses

joaquinomezmeneses@gmail.com

Profesor universitario y periodista con experiencia en medios radiales y escritos. Es autor de los libros Medios de comunicación y conflicto urbano (Editorial UPB, 2005) y Medios ciudadanos y conflictos urbanos (Unimuinuto, 2013), entre otras publicaciones periodísticas y académicas. Ha sido gestor y asesor de proyectos de comunicación en responsabilidad social empresarial y para el relacionamiento comunitario en organizaciones del sector público, privado y no gubernamental de Bogotá y Medellín; realizador y asesor de contenidos para el sector educativo y de hidrocarburos.

Es Comunicador Social - Periodista, especialista en Planeación y Gestión del Desarrollo Social, docente de la Universidad Pontificia Bolivariana en Medellín, donde lidera el laboratorio de periodismo Contexto, desde el cual promovió la Red Colombiana de Periodismo Universitario, que aglutina a medios de más de veinte universidades del país.



Candidato a magíster en Comunicación Transmedia en la Universidad Eafit y adelanta su tesis para el doctorado en Comunicación en la Universidad Nacional de La Plata, Argentina. Es un apasionado por el mundo de los ferrocarriles.

Mateo Robledo Yepes

mateorobledoy@gmail.com

Comunicador Social de la Universidad Eafit, candidato a magíster en Comunicación Transmedia de la misma institución. Es un apasionado por la comunicación, la política y el arte. Se desempeña como investigador analista en Eafit y antes trabajó como periodista en El Colombiano. Crea contenidos periodísticos para redes sociales, actualmente en un proyecto con la Comisión de la Verdad.

Fue consejero de Cultura de Sabaneta y cofundador de la Corporación Tribu y de Cafecito Político, un colectivo juvenil dedicado a la educación y comunicación política no partidista con el que invitaron durante cuatro años a ciudadanos a construir, desde la diferencia, espacios más democráticos en Antioquia y Colombia.

Con estas organizaciones ha creado, implementado y dirigido proyectos como Jóvenes de Antioquia le preguntan a los candidatos a la Gobernación (2019), recorrido por las subregiones para foro con candidatos, Laboratorio Social Sabaneta (2021), red de trabajo colaborativo entre 30 artistas y gestores culturales y Pásala Bien (2022), 100 cátedras de movilidad segura para estudiantes de preescolar a once.

Sergio Danilo Gil Vélez

sergiohsm123@gmail.com

Comunicador social de la Universidad Eafit y candidato a magíster en Comunicación Transmedia de la misma institución.



Desde su experiencia laboral se ha profesionalizado en el mundo del *marketing* digital y las redes sociales acompañando a múltiples marcas y organizaciones en su posicionamiento online y en la creación de contenidos que conecten con audiencias de diversa índole.

Fuera del campo profesional se considera un entusiasta del arte, la historia y las relaciones culturales, lo cual lo ha llevado a ser investigador autodidacta y a plasmar sus visiones de mundo a través de escritos cortos e ilustraciones que se pueden encontrar en diferentes medios de comunicación y en su propio repositorio personal.

Ha participado en diversos proyectos de investigación en su carrera profesional y ha ganado reconocimientos universitarios en el certamen Periodistas en la carrera (ediciones 2017 y 2018) por sus trabajos en el campo del periodismo y el mundo digital dentro de las categorías: “Mejor crónica radial”, “Mejor infografía” y “Mejor cubrimiento en redes sociales”.

Dentro del proyecto *Recuerdo Férreo* ha dedicado sus esfuerzos a la construcción visual del proyecto a nivel de diseño y apoya al equipo de investigación que sustenta los hallazgos obtenidos dentro del proceso de implementación.

Valeria Maya Restrepo

valeriamayarpo@outlook.com

Comunicadora Social y candidata a magíster en Comunicación Transmedia de la Universidad Eafit.

Cuenta con varios años de experiencia en las áreas de *E-Commerce*, Mercadeo digital y Redes sociales de varias empresas de índole internacional; en ellas ha puesto a prueba su capacidad de autogestión, creatividad, atención al detalle y relacionamiento estratégico a través de la concepción y ejecución de campañas transversales y activaciones comerciales, para asegurar los objetivos de venta y *KPIs*.



En el ámbito académico, ha hecho parte de varios proyectos, entre ellos Recuerdo Férreo donde sus aportes desde la generación de contenidos y estrategia digital complementaron la implementación análoga en Cisneros y Santiago.

Daniela Toro

toroarangodaniela@gmail.com

Literata de la Universidad de los Andes y candidata a magíster en Comunicación Transmedia de la Universidad Eafit.

Tiene experiencia en la redacción y edición de artículos para revistas y blogs sobre cultura, tecnología y videojuegos. En el ámbito académico ha participado en la investigación de distintos proyectos sobre literatura y política, para los cuales ha tenido que recopilar y analizar datos bajo metodologías cuantitativas y cualitativas, trabajar con bases de datos y crear estrategias de comunicación y difusión de los resultados.

Sigifredo Escobar Gómez

sigifredo89@gmail.com

Ingeniero de Sistemas, Comunicador Audiovisual y Multimedial de la Universidad de Antioquia, y candidato a magíster en Comunicación Transmedia de la Universidad Eafit.

Ha participado en proyectos de investigación en diversas áreas: ingeniería, ciencias naturales, comunicaciones y artes. Trabajó como desarrollador *full stack* y líder de desarrollo en el sector privado durante nueve años. Actualmente es desarrollador *front-end* y docente universitario.

Director y productor del documental Margarita (2018) estrenado en la Muestra Internacional Documental de Bogotá (MIDBO). Combina sus conocimientos técnicos



con exploraciones visuales, buscando así crear experiencias artísticas y expresivas innovadoras.

Estefanía Gallego Álvarez

estefaniagallegovalvarez@gmail.com

Comunicadora social de la Universidad Eafit y candidata a magíster en Comunicación Transmedia de la misma universidad.

Desde su experiencia laboral se ha enfocado en el marketing y en el proyectos de realidad virtual y aumentada lo que le ha permitido explorar y acompañar iniciativas de carácter social y tecnológico. Adicionalmente, es colaboradora y tallerista de la Fundación *United Way* Colombia donde acompaña procesos de formación a docentes y niños en situación de vulnerabilidad.

Viajera y amante del cine, ha tenido también la oportunidad de apoyar espacios en el Festival de Cine de San Sebastián, España, donde ha desarrollado aptitudes para el registro, análisis y evaluación de experiencias audiovisuales.

En *Recuerdo Férreo* ha sido una colaboradora activa desde la implementación de las experiencias presenciales y es coordinadora del equipo encargado de desarrollar y poner en práctica los sistemas de registro que permitieron obtener los datos que aseguraron el éxito de la iniciativa.

Alejandra Henao Quiróz

alejah42@gmail.com

Comunicadora social de la universidad Eafit y candidata a magíster en comunicación transmedia de la misma institución. Desde su experiencia de más de 4 años en el mercado, se ha profesionalizado en la producción audiovisual, siendo líder y



coordinadora de numerosos proyectos videográficos para importantes empresas en todo el territorio nacional.

Desde la escritura de guiones, hasta la animación, pre y post-producción de contenidos, Alejandra ha consolidado conocimientos en el desarrollo de historias que conectan con las personas no solo desde el mundo corporativo, sino también desde el campo de lo social; por este motivo tiene especial interés en contrar relatos en donde la realidad no visible del país es el elemento protagonista. Además, ha participado como autora invitada en el libro *Imaginación mediática en Hispanoamérica: Variantología de lo transmedial entre los siglos XVI y XIX* (2020) con el artículo *El carro alegórico como elemento simbólico en la fiesta barroca*.

Amante del cine, los animales y la creatividad, cree en la organización del tiempo como factor fundamental para que las cosas generen impacto tanto en el campo profesional como personal.

En *Recuerdo Férreo* ha apoyado desde el multitasking a las diferentes unidades del proyecto, aportando soluciones logísticas, conceptos audiovisuales y el desarrollo de contenidos que enriquecen el ecosistema tanto análogo como digital de las experiencias presenciales adelantadas en Cisneros y Santiago.

2. Tratamiento / Universo narrativo

2.1. Eslogan / Tagline / Premisa

El eslogan de *Recuerdo Férreo* es: **“Un viaje que vence al olvido”**.

Los *Cafés del Recuerdo Férreo* están contruidos a modo de viaje. En ellos, los usuarios son pasajeros y cuando toman la palabra, para compartir sus relatos, se convierten en maquinistas, pues son quienes echan a andar el tren con sus historias. Gracias a esas anécdotas y relatos, el olvido que amenaza al tren y a su recuerdo quedará atrás.



2.2. Sinopsis de la narrativa

La memoria del gigante de hierro, que conectó a Medellín con el río Magdalena y abrió las puertas del mundo para Antioquia, está amenazada por el olvido. De las vías, edificios y equipos del Ferrocarril de Antioquia, que le dieron años dorados a la región, solo quedan algunos fragmentos, pero su recuerdo vive en las memorias de quienes los disfrutaron.

Jubilados que trabajaron con los trenes, habitantes de las zonas en las que se ubicaron los rieles, nuevas generaciones que quieren conocer la historia de Antioquia y hasta turistas que se enamoran de la región, se encuentran con *Recuerdo Férreo*, un proyecto transmedia que les brinda espacios para construir memoria colectiva y apropiarse del patrimonio colectivo en torno al ferrocarril.

¿Qué movilizó el tren en sus años dorados? ¿Qué dinámicas permitió? ¿Qué anécdotas dejó a su paso? ¿Qué impactos provocó su ausencia? Esas son algunas de las preguntas que planteamos en los *Cafés del Recuerdo Férreo*, espacios para vivir un viaje colectivo que vence al olvido.

Los *Cafés del Recuerdo Férreo* son una experiencia vivencial con expansiones digitales que cuentan con tres vagones: la *Casa del Maquinista*, lugar de la palabra en el que nos encontramos para conversar sobre los recuerdos con el tren; el *Vagón del Correo*, experiencia gamificada para registrar - en diferentes soportes - las memorias con el ferrocarril, y el *Vagón del Correo*, stand para descubrir productos que muestran, cuentan y expanden la historia del tren en Antioquia.

2.3. Diseño de la narrativa

Recuerdo Férreo es un proyecto de no ficción que propone una experiencia para la construcción de memoria colectiva y la apropiación del patrimonio cultural relacionado al Ferrocarril de Antioquia. Por lo tanto, los personajes son los usuarios



que se disponen para vencer juntos el olvido. Estos usuarios se clasifican en dos niveles de participación: *Colaboradores* y *Creadores*.

Los *Colaboradores* son quienes enriquecen la conversación y la construcción de memoria colectiva mediante historias y anécdotas sobre el tren vividas en primera persona.

Los *Creadores* son los usuarios interesados en conocer y divulgar las historias para tejer así relatos propios que se incorporen a la memoria colectiva en torno al tren.

En ese orden de ideas, consideramos dentro de esos dos niveles de participación algunos personajes arquetípicos o fundamentales:

Colaboradores

- **Jubilados del Ferrocarril de Antioquia**

Hombres y mujeres jubiladas que trabajaron en diferentes cargos para el Sistema Ferroviario de Colombia o que tuvieron alguna experiencia con el tren cuando estaba en todo su esplendor. Son contribuyentes al proyecto por medio de testimonios, imágenes y videos respecto a la época en la que funcionaba el tren de Antioquia.

Todos ellos comparten la nostalgia que sienten hacia el tren y sus memorias, tienen el deseo de mantener presentes sus recuerdos con él, añoran sus recorridos, cuentan lo que se vivió en ese tiempo y comparten sus memorias con las nuevas generaciones, a quienes estas personas heredan sus vivencias con el ferrocarril.

El perfil del jubilado: Don Germán⁷

⁷ Don Germán es un personaje real que inspiró este proyecto. Sin embargo, al presentarlo como arquetipo está ficcionado para que su perfil se adapte a uno que reúna también a sus otros colegas.



Edad: 70 años

Aspecto físico: Tiene los ojos negros, poco cabello (canas), piel trigueña, nariz ancha y boca pequeña, contextura ancha (77kg) y estatura baja (1.67cm). Está siempre muy bien presentado y usa regularmente las mismas prendas: tenis, jeans, camisas polo y gorra, un look elegante pero al mismo tiempo casual.

Aspecto social: es un pensionado que ha vivido toda su vida en Antioquia, con su esposa e hijos. Trabajó en su empleo soñado desde niño cuando veía pasar el tren: como maquinista. Desde 1971 hasta 1991 lo hizo para Ferrocarriles Nacionales, posteriormente laboró en la Sociedad de Transporte Ferroviario hasta 2001.

La niñez de don Germán fue tranquila y feliz, creció en una familia de clase media en la que fue consentido y cuidado. Gracias al esfuerzo de sus padres pudo estudiar hasta secundaria y desearía haber crecido más académicamente. En su trabajo se destacó por ser muy entregado, por hacer con pasión las tareas del día a día y por ser un compañero leal y buen amigo que siempre estuvo - y *está* - dispuesto a ayudar.

Aspecto psicológico: introvertido, tradicional, amable y de buen corazón, llama a sus allegados "queridos". Sin embargo, puede ser pesimista, rasgo que se ha acentuado debido a la pérdida de su trabajo y a la falta de amigos que han fallecido.

Figura 3⁸

Arquetipo jubilado

⁸ Para ver los arquetipos de usuario con total resolución darle click al siguiente enlace: <https://acortar.link/CTIm2g>



GERMÁN

"El tren existirá hasta el día que se deje de recordar"



EDAD: 71 años

JUBILADO OCUPACIÓN Jubilado

NIVEL DE PARTICIPACIÓN: Colaborador

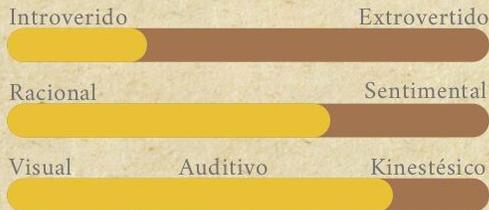
NECESIDADES

- Mantener viva la memoria, transmitir su legado
- Compartir su conocimiento
- Poner en valor sus memorias
- Reivindicar la importancia del ferrocarril

SOLUCIONES

Participar en la Casa del Maquinista, lugar para compartir, recolectar y dejar registro de sus memorias.

PERSONALIDAD



METAS

- Seguir viviendo de manera estable con su esposa.
- Tener una vejez plena y saludable.
- Recordar buenos momentos.
- Disfrutar de sus nietos y bisnietos.
- Seguirse reuniendo con sus compañeros de trabajo y de juventud.
- Reencontrarse con viejos amigos y conocidos

FRUSTRACIONES

- No saber usar eficientemente la tecnología.
- No poder reunirse con sus familiares constantemente.
- Observar que con el paso del tiempo todo lo que fue importante para él ya no lo es.

MOTIVACIONES



MARCAS E INFLUENCIAS

- Teleantioquia
- Televida
- Programa Cuentos de viejos

CANALES PREFERIDOS





- **Evocadores**

Son personas que han vivido o escuchado historias relacionadas al ferrocarril en Antioquia. Esto ya que vivieron o viven cerca a las estaciones o las vías, han tenido experiencias con el tren o han oído relatos de otros y quieren compartirlos. Aman la historia, sienten nostalgia al recordar el pasado o curiosidad para descubrirlo, encuentran valor en la memoria, desean compartir y escuchar nuevos relatos.

Perfil del evocador: Tulio⁹

Edad: 31 años

Aspecto físico: ojos negros, cabello negro, piel trigueña, nariz ancha y boca pequeña, de estatura media (1.74cm) y contextura gruesa (88kg).

Aspecto social: es técnico en turismo, le apasiona la historia y recuperar registros. Su papá se jubiló con el Ferrocarril y él creció escuchando sus historias. Tulio tuvo la oportunidad de montar en el último viaje del tren de Medellín a Cisneros, ésta fue una de las experiencias más significativas de su vida.

Creció en Cisneros y estudió en Medellín. Busca participar de espacios en los que pueda conocer a otros evocadores y acercarse a relatos relacionados con el ferrocarril. Desea usar su profesión para crear desarrollo a partir de la memoria y el patrimonio.

Aspecto psicológico: Tulio es curioso y extrovertido, aunque tranquilo. Respetuoso, le gusta relacionarse con la gente. Siente nostalgia por la época en la que su padre vivió del Ferrocarril. Disfruta y considera importante conocer la historia. Siente la necesidad de conectar con sus raíces.

⁹ Tulio es un personaje real que se desempeña como gestor turístico en Cisneros. Sin embargo, al presentarlo como arquetipo, está ficcionado para que su perfil se adapte a otros evocadores.



Figura 4

Arquetipo Evocador



TULIO

"Crecí con el sonido de las locomotoras"



EDAD: 40 años

EVOCADOR **OCUPACIÓN:** Gestor turístico

NIVEL DE PARTICIPACIÓN Colaborador

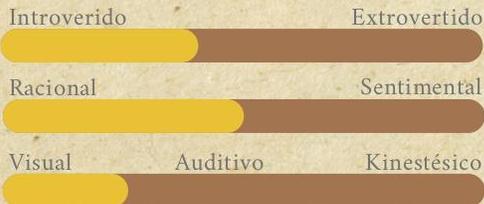
NECESIDADES

- Disfruta y considera importante conocer la historia
- Conocer a otros evocadores y sus historias
- Conectar con sus raíces
- Construir oportunidades de desarrollo a partir de la memoria del tren

SOLUCIONES

Crear espacios que le permitan entrar en contacto con la memoria y a partir de esto compartir y crear con otros portadores de la memoria.

PERSONALIDAD



METAS

- Continuar creciendo laboralmente
- Tener tiempo para sus hobbies
- Alcanzar una estabilidad económica en la familia
- Compartir tiempo de calidad con su familia.
- Inmortalizar momentos que le parecen importantes de sus padres y abuelos.

FRUSTRACIONES

- Que se pierda la memoria que recibió de sus padres y abuelos.
- Que sus hijos no conozcan sus raíces.
- No poder brindarle una buena educación a sus hijos.

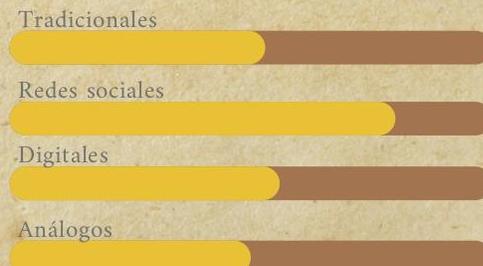
MOTIVACIONES



MARCAS E INFLUENCIAS

- Facebook
- WhatsApp
- Netflix
- YouTube

CANALES PREFERIDOS





Creadores

- **Nuevas generaciones**

Aunque no vieron correr el tren, estas personas reconocen el legado y la importancia del ferrocarril. Les gusta recorrer las estaciones y otros vestigios que están en sus territorios, elementos que hacen parte de los usos y costumbres de su comunidad y están asociados a elementos culturales como las expresiones artísticas (músicas, obras literarias, pictóricas y arquitectónicas). Les interesa la tradición oral relacionada a estos patrimonios.

Las nuevas generaciones se hacen partícipes de la memoria colectiva mediante espacios de inmersión, interacción y conversación intergeneracional. Estas personas ayudarán a mantener vivo el tren, ya que son creadoras de nuevas narrativas relacionadas al pasado con visión de futuro.

Perfil de las nuevas generaciones: Marinela¹⁰

23 años

Aspecto físico: cabello castaño, ojos cafés oscuros, piel blanca, nariz pequeña, boca pequeña, estatura media (1.65cm) y contextura media (60 kg).

Aspecto social: ha vivido en Medellín toda su vida con sus padres y está en el último semestre de la universidad. Conoce poco sobre el tren, pero es una persona curiosa que le gusta aprender cosas nuevas. Generalmente, utiliza las redes sociales para compartir contenido sobre temas que le interesan. En salidas de campo ha podido conocer municipios aledaños, sus monumentos, museos y sitios patrimoniales. En el colegio, tuvo que hacer servicio social en una casa de la cultura cerca a su lugar de residencia.

¹⁰ Marinela es un personaje real que se desempeña como líder social en Santiago, Santo Domingo. Sin embargo, al presentarla como arquetipo está ficcionada para que su perfil se adapte a otras personas de las nuevas generaciones.



Aspecto psicológico: es líder, activa y tiene iniciativa para buscar actividades que la entretengan en su tiempo libre, algunas de ellas están relacionadas al arte, a la literatura y a la fotografía. Le gusta visitar nuevos lugares, sigue en TikTok a varios viajeros. Le gusta expresarse por medio del baile, la escritura y la creación audiovisual.

Figura 5

Arquetipo Nuevas generaciones



MARINELA

“Creci jugando en las vías del ferrocarril sin el sonido de las locomotoras”



NUEVAS GENERACIONES

EDAD: 23 años
OCUPACIÓN Líder social
NIVEL DE PARTICIPACIÓN Creadora

NECESIDADES

- Expresarse, divertirse
- Tener actividades para hacer en el tiempo libre
- Descubrir cosas nuevas

SOLUCIONES

Ofrecer un espacio para el descubrimiento y la creación en torno al patrimonio cultural y la memoria del territorio

PERSONALIDAD



METAS

- Hacer nuevos contactos.
- Encontrarse con amigos
- Acersarse a su comunidad
- Encontrar una estabilidad y libertad económica.
- Disfrutar de nuevas experiencias.
- Trabajar en lo que le apasiona.

FRUSTRACIONES

- No encontrar empleo.
- No cumplir metas en cuanto a independencia.
- No encontrar espacios que ofrezcan nuevas experiencias.
- No poder estar en un espacio para la libre expresión.
- No alcanzar las metas que se plantearon en la adolescencia.

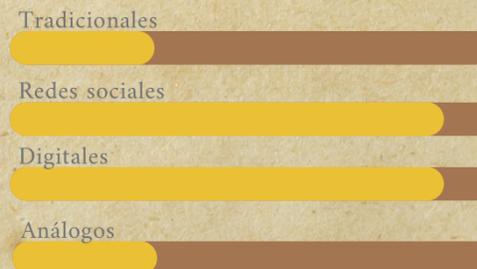
MOTIVACIONES



MARCAS E INFLUENCIAS

- Instagram
- Pinterest
- TikTok
- Spotify

CANALES PREFERIDOS





- **Colectivos locales**

Perfil de Colectivos locales: Fundación Santiago del Túnel¹¹

9 años

Aspecto físico: son espacios amplios en los que pasan el día niños y jóvenes, principalmente, acompañados por algunos adultos. Son arrendados o dados en comodato por entidades públicas a una organización social.

Aspecto social: son espacios de puertas abiertas y suelen ser espacios de encuentro comunal e intergeneracional para la comunidad. Son escasos y están liderados por personas dedicadas al trabajo social por amor a la gente de su barrio o vereda. Tienen algunas peleas casadas con las administraciones locales por la falta de apoyo a los programas y proyectos, quisieran ser reconocidos por públicos propios y externos que legitimen su trabajo.

Aspecto psicológico: son líderes e incapaces de quedarse quietos. Tienen una causa que les apasiona y por la que están dispuestos a trabajar 24/7, aunque en muchas ocasiones la rutina los anestesia. No se pierden conversaciones relacionadas a cultura, arte y patrimonio, porque quisieran que las nuevas generaciones conozcan sus raíces y que tengan sentido de pertenencia por sus territorios. Ven el turismo que llega a los sitios por los que pasó el tren como una oportunidad de financiamiento.

Figura 6

Arquetipo Colectivos locales

¹¹ Fundación Santiago del Túnel es una iniciativa real ubicada en Santiago, Santo Domingo. Sin embargo, al presentarla como arquetipo está ficcionada para que su perfil se adapte a otros colectivos locales.



Fundación SANTIAGO DEL TÚNEL

"Ayudar al el desarrollo de la comunidad es nuestro sueño"



COLECTIVOS EDAD: 9 años
LOCALES OCUPACIÓN Colectivo
NIVEL DE PARTICIPACIÓN Creadores

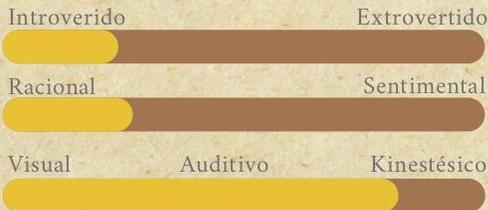
NECESIDADES

- Expresarse, divertirse
- Tener actividades para hacer en el tiempo libre
- Descubrir cosas nuevas

SOLUCIONES

Ofrecer un espacio para el descubrimiento y la creación en torno al patrimonio cultural y la memoria del territorio

PERSONALIDAD



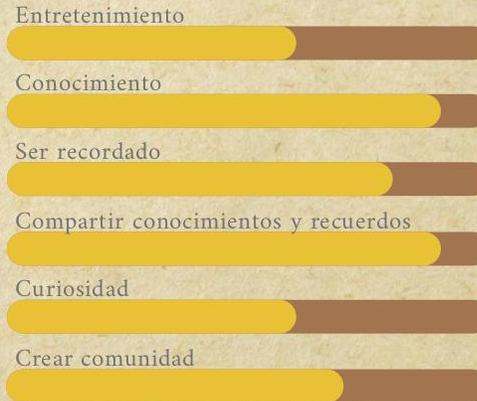
METAS

- Ser reconocido como fundación que genera sentido de pertenencia en la comunidad.
- Ser veedor de proyectos territoriales.
- Lograr facilitar y apoyar el desarrollo de la comunidad.
- Reunir a la comunidad en torno al patrimonio.

FRUSTRACIONES

- No contar con ayuda del gobierno para llevar a cabo proyectos para la comunidad.
- No proveer progreso y desarrollo en la comunidad.
- No tener visibilidad en el sector cultural.

MOTIVACIONES



MARCAS E INFLUENCIAS

- Gobernación de Antioquia
- Museo de Antioquia
- Museo Ferrocarril de Antioquia

CANALES PREFERIDOS





El tren como personaje

Además de los arquetipos que corresponden a los niveles de participación “Creadores” y “Colaboradores”, proponemos al tren como personaje y protagonista de este relato.

Figura 7

Locomotora 45 en Cisneros, fotografía tomada durante trabajo de campo



Es importante proponer una personificación del tren, al ser la figura en torno a la cual gira toda la experiencia de *Recuerdo Férreo*. Esto permite advertir que se trata de una figura variable, que es producto de las construcciones de los participantes. Sobre ella, se pueden establecer algunos rasgos básicos, que permiten establecer hacia dónde pueden tender esas construcciones. Valga aclarar: el personaje es el tren, es la figura preponderante y personificable del conjunto denominado ferrocarril, lugar de



memoria compuesto por las estaciones, las vías y todos los territorios reales (caseríos, pueblos, estaciones, puertos...) e imaginarios (por los viajes, por los sueños, por los ideales de época...) que se son cercanos.

Edad: 93 años (el ferrocarril en Antioquia)

Aspecto físico y psicológico: tiene la belleza que admira quien ama las máquinas o quien se asombró una vez con ellas y vuelve a asombrarse ya sea porque ese sentimiento se repita o porque se evoque ese primer asombro. Su presencia impone, hace vibrar el suelo, pero tiene dos formas distintas:

Vapor: la llaman también “vaporina”, con el negro clásico de la mayoría de estas máquinas, del que destacan rebordes y otros detalles de color blanco o amarillo, así como algunos bronces de válvulas, placas y campanas, junto al rojo de perillas y palancas de una cabina de mando que permanecía limpia por mandato del maquinista. Tiene unos 15 metros de largo (contando el tender) y cerca de 4 metros de alto. Tiene el carácter sobrio que le da su faro principal, protagonista de la clásica postal de la salida de La Quiebra, y emotivo, derivado de la personalidad que los maquinistas le atribuyen a la “respiración” que permiten oír sus vapores, que es cansada en las subidas, serena en los llanos y agitada en las bajadas. El estado de ánimo también se expresa con su silbato y lo determina el conductor, que usa diferentes silbidos según la ocasión o la maniobra necesaria y también como firma personal de su conducción. Es el símbolo por excelencia del Ferrocarril de Antioquia, en tiempos de su condición de empresa departamental.

Diésel: está en el imaginario que se trata de una máquina “más máquina”. Sus colores han sido el testimonio de los cambios de los Ferrocarriles Nacionales: azul, con vivos rojos y otros más pequeños de color amarillo; luego verdes y vivos claros en la última etapa de la empresa. En tiempos de la STF, naranja con negro o amarillo con negro para la operadora de infraestructura ferroviaria Ferrovías. Ya en los últimos años estertores del tren en Antioquia, se recuerdan combinaciones de rojo y verde o de gris y verde, cuando las pocas locomotoras que quedaban las operó Transférreos, una empresa cooperativa de los exempleados de la STF. En contraste, lo que estas carcasas coloridas dejaban ver, ocultaba la magia de la máquina, sus motores diésel y eléctricos, ya sin las bielas y vapores de antes, y con un ronroneo grave permanente, en vez del chuf – chuf de sus predecesoras. La apariencia era la misma a grandes



rasgos, pero los expertos sabrán diferenciar el aspecto de una General Electric U5B, una U20C o de una General Motors GR-12, los modelos que más transitaron por las vías antioqueñas.

En cualquiera de los dos casos, ese aspecto también estaba determinado por el convoy: los vagones de pasajeros, rojos y azules en la mayoría del tiempo, tenían la magia particular de la iluminación propia y su dinámica particular, ya fueran vagones de equipaje, literas de primera clase, vagones de segunda clase o restaurantes.

A su turno, los vagones de carga eran la evidencia de la actividad económica de la región: tanques chorreados de petróleo y otros hidrocarburos (a veces en cantidades que parecían incontables), jaulas llenas de ganado en pie, tolvas con carbón y otros minerales, planchones cargados con pacas de algodón o furgones repletos de sacos de café, cajas de plátano o rollos de telas y quién sabe cuántas cosas más que no se veían en esos vagones de color café que resistió bien el paso del tiempo y el abandono.

La personalidad del tren podía tener la vitalidad de los vagones con pasajeros (llenos hasta el techo en temporada alta) o la reciedumbre de los largos convoyes de carga, o una combinación de ambos en el célebre tren mixto, que sacaba de todos los apuros a las poblaciones entre Medellín y Puerto Berrío.

La locomotora, ella, la protagonista, tenía, especialmente para los maquinistas, la presencia de una mujer. A ella debía cuidarse y de ella a veces había que cuidarse; dócil cuando la jornada transcurría dentro de lo normal, pero arisca cuando las condiciones en la vía también eran duras. Ella solía tener nombre de mujeres o de hombres, pero no dejaba de ser ella, la compañera de largas jornadas de trabajo, bautizada también por su número. Por eso todavía se escucha hablar de “La 45” o “La 56”, en el recuerdo de muchos ferroviarios.

Sin embargo, con los vagones se convierte curiosamente en *ÉL* tren, el que lleva y trae, que sube y baja, que suena de muchas formas y que a veces se deslizaba por la vía y otras veces traqueaba pesadamente.



El estado de ánimo del tren como personaje cambia a lo largo de la experiencia propuesta por *Recuerdo Férreo*: está primero dormido y resurge lentamente en los *Cafés del Recuerdo Férreo*. El tren poco a poco, con los recuerdos de *Colaboradores* y *Creadores*, va volviendo a la vida para mantenerse despierto y demostrar con su esplendor por qué fue tan importante para esta región.

Por todo lo anterior, el tren es un personaje de *Recuerdo Férreo* y estará siempre, pero no de la misma forma.

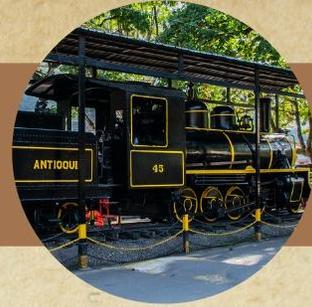
Figura 8

Arquetipo Tren



EL TREN

"Ayúdame a vencer al olvido"



EL TREN EDAD: 93 años
OCUPACIÓN: Patrimonio
NIVEL DE PARTICIPACIÓN: protagonista

NECESIDADES

- Ser reconocido y querido como patrimonio
- Ser inspiración para creadores y colaboradores
- Despertar para mantenerse vivo

SOLUCIONES

Crear un proyecto llamado Recuerdo Férreo para construir memoria colectiva respecto a él

PERSONALIDAD



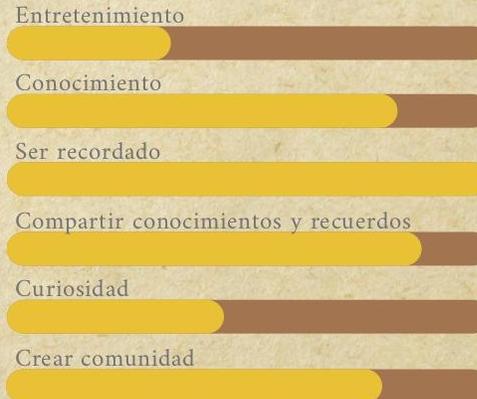
METAS

- Ser reconocido como hito que marcó el progreso de Antioquia
- Mantenerse en las mentes y en los corazones de creadores y colaboradores
- Verse como un tesoro vivo que mira hacia el pasado, el presente y el futuro
- Ser inspirador de conversaciones que construyan memoria colectiva e incentiven la apropiación del patrimonio

FRUSTRACIONES

- No ser reconocido por las nuevas generaciones
- No contar con recursos fijos para el mantenimiento de las antiguas estaciones y rieles
- No ser eje de conversaciones
- Ser visto como una reliquia para tomarse fotos

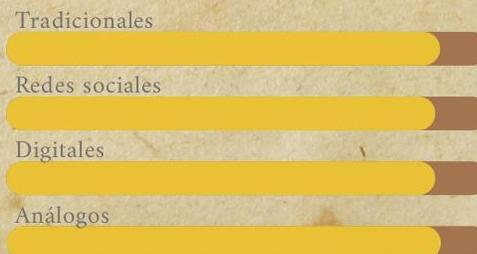
MOTIVACIONES



MARCAS E INFLUENCIAS

- Gobernación de Antioquia
- Ferrocarril de Antioquia
- Recuerdo Férreo

CANALES PREFERIDOS





2.4. Guion de la narrativa

La narrativa de *Recuerdo Férreo* se puede vivir por instantáneas o por ciclos,¹² pues generalmente en un tren el pasajero puede decidir en qué vagón montarse y en qué estación bajarse. De ahí que la experiencia general se base en tres momentos: *El tren dormido* (conversaciones sobre lo que se fue con él), *Años dorados* (anécdotas de momentos y detalles del esplendor del ferrocarril en Antioquia) y *el Tren despierto* (recuento de cosas que permiten mantener hoy el recuerdo del tren). Bajo esos momentos o estructuras se plantean los guiones de los vagones que hacen parte de los *Cafés del Recuerdo Férreo*.¹³

- La cantidad de guiones depende de la fase en que se encuentra el proyecto, requiriendo menos en las fases iniciales (*Escaletas, Storyboard, Escenarios...*)
- Los guiones son material de apoyo para ilustrar el universo narrativo, moderar las conversaciones o explicar la experiencia gamificada del *Vagón del Correo*

En el capítulo 3 de este documento explicamos cada uno de los vagones que componen la experiencia y ejemplificamos los guiones con los usados en la implementación en Santo Domingo y Cisneros para la *Casa del Maquinista* y el *Vagón de Correo*.

2.5. Puntos de giro de la experiencia

Los usuarios, como personajes de este relato, se embarcarán en un viaje en los *Cafés del Recuerdo Férreo* por tres vagones. Al inicio, recibirán un tiquete que se irá timbrando a medida que avancen en la narrativa.¹⁴

Ponte en marcha - Inicio

¹² Ver capítulo 3, apartado 3.3 Instantáneas y ciclos de los vagones

¹³ Ver capítulo 3, apartado 3.2 Los vagones de los *Cafés del Recuerdo Férreo*

¹⁴ Aunque este recurso no se usó en la primera implementación, no se descarta para futuras ocasiones.



El primer vagón que visitan es la *Casa del Maquinista*, espacio de diálogo en el que se muestra un video detonante que presenta un testimonio o acontecimiento relacionado al ferrocarril para motivar a los usuarios a compartir sus propios relatos.

Primer punto de giro y nudo

Al finalizar la conversación, el conductor (persona del equipo de *Recuerdo Férreo* que modera la conversación y acompaña a los maquinistas) invita a los usuarios a registrar sus historias en video, texto o audio en el *Vagón del Correo*, experiencia de creación gamificada en la que los usuarios deberán liberarse de la palabra “*Olvido*” para despertar al tren.

Sumérgete e interactúa

En ese espacio tendremos toldos con herramientas y profesionales para la creación de contenidos escritos y audiovisuales, con los que los personajes podrán liberarse de algunos puntos de olvido

Segundo punto de giro

Sin embargo esta narrativa no termina aquí, al finalizar esta experiencia nuestros personajes tendrán la oportunidad de acercarse al *Vagón Tolva* para descubrir productos que muestran, cuentan y expanden la historia del tren en Antioquia.

Algunos de estos productos contienen el acceso a testimonios y anécdotas de personajes que han participado en versiones anteriores de los *Cafés del Recuerdo Férreo*.¹⁵

¹⁵ En la implementación esto no se hizo, ya que no teníamos material de experiencias previas.



Haz parte de esta historia-Desenlace

Antes de irse, los personajes pueden comprar *merchandising*, registrarse en el libro, tomarse una foto para la posteridad o dejar sus apreciaciones sobre la experiencia. Luego de los *Cafés del Recuerdo Férreo*, los usuarios pueden continuar el viaje mediante las plataformas digitales que hacen parte de *Recuerdo Férreo*, como las cuentas en redes sociales o el sitio web.

2.6. Diseño de producción

Historia: Nivel alto

En *Recuerdo Férreo* este nivel es muy importante, ya que se quiere construir memoria colectiva, con miras a la apropiación del patrimonio cultural, para expandir una memoria histórica que ya ha sido ampliamente contada en proyectos anteriores, tal como lo presentamos en el capítulo 1 de este documento. Son los relatos de cada uno de nuestros usuarios los que se tejen con otros para hilar la memoria colectiva. La historia evoluciona a medida que nuestros maquinistas participan.

Cocreación: Nivel alto

De acuerdo con el punto anterior, la cocreación es un pilar fundamental en el diseño narrativo del universo de *Recuerdo Férreo*. Nos valemos de emociones como la nostalgia y el asombro para invitar a *Colaboradores* y *Creadores* a construir memoria colectiva a partir de la convergencia de los relatos de cada uno. Esto se ve manifestado, principalmente, en la *Casa del Maquinista* y en el *Vagón del Correo*, vagones en los que los maquinistas conversan y dejan sus relatos.

Mundo real: Nivel alto

Los *Cafés del Recuerdo Férreo* son una experiencia vivencial que recoge elementos de la instalación museográfica, las conferencias o aulas invertidas y los festivales o talleres de creación escrita y audiovisual. Los espacios de conversación y creación



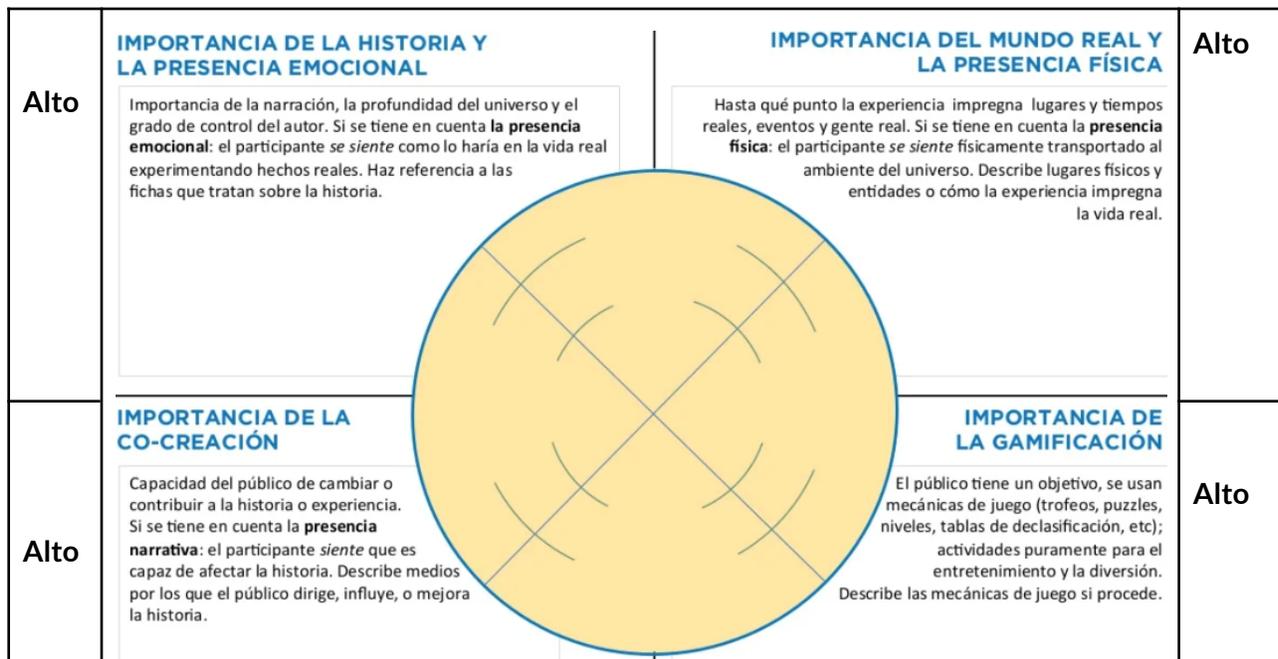
son en su mayoría análogos y ambientados con la temática del tren, lo cual ayudará al usuario a permanecer inmerso en la experiencia.

Jugabilidad: Nivel alto

El *Vagón del Correo*¹⁶ es una experiencia de creación gamificada en la que los maquinistas deberán armar un elemento relacionado al Ferrocarril de Antioquia, como el mapa con las estaciones, para despertar al tren. Para lograrlo, los usuarios deben liberarse de unos puntos karma que corresponden a las letras de la palabra “Olvido”. Una vez se arma el elemento, de manera colaborativa, el grupo puede volver a escuchar el sonido del tren.

Figura 9

Diagrama Radar Transmedia (R. Pratter)



¹⁶ Para conocer el detalle de esta experiencia, ir al capítulo 3, apartado 3.2 Los vagones de los Cafés del Recuerdo Férreo



--	--	--

3. Los Cafés del Recuerdo Férreo

3.1 Sobre la experiencia

¿Cuándo nos tomamos un cafecito? “Ese tema es delicado, tomémonos un café para revisarlo” “Mijo, ¿cuándo va a ir a la casa para que tomemos tinto?” “Déjate ver y tomamos café” “Encontrémonos en el café del otro día” “¿Vamos por cafecito después del almuerzo?”

El café es un símbolo de encuentro para la cultura antioqueña. Hay café en las casas, en las oficinas, en las universidades, en las panaderías, hay locales que solo venden café, hay café en los sitios de interés cultural y turístico, hay café en la mañana, en la tarde, en la noche, hay café hasta en los velorios.

Esta infusión tan popular en Colombia, tercer país productor de café en el mundo, tiene valor social en el sentido que suele ser una excusa para el encuentro. Tanto así que hay personas que no disfrutaban el sabor del café como tal, sino el hecho de compartirlo con ese ser querido o compañero.

Recuperando ese simbolismo que ya tiene el café en nuestra cultura, lo usamos también en *Recuerdo Férreo* como excusa para proponer los *Cafés del Recuerdo Férreo*:

Venga nos tomamos un café y hablamos de esas memorias que nos dejó el ferrocarril a su paso no solo por las vías, sino también por las vidas de quienes lo soñaron, lo construyeron, lo administraron y lo manejaron o simplemente lo disfrutaron.

Los *Cafés del Recuerdo Férreo*, experiencias vivenciales de conversación y cocreación para vencer al olvido, son la obra núcleo de este proyecto transmedia. Esto como una



apuesta por la construcción de memoria colectiva para la apropiación del patrimonio cultural relacionado con el ferrocarril en Antioquia, mediante herramientas basadas en la comunicación - educación.

Estos espacios de encuentro buscan satisfacer la necesidad de *Colaboradores y Creadores* de compartir o conocer memorias sobre el tren en Antioquia y, en la etapa de implementación, ser fuente de la información necesaria para la construcción de un marco de trabajo que permita que la experiencia pueda ser replicada en otros casos de apropiación del patrimonio cultural.

Hay que entender que los *Cafés del Recuerdo Férreo* corresponden al caso de estudio particular que es el antiguo Ferrocarril de Antioquia. Sin embargo, como lo expondremos en el capítulo 5, esta experiencia puede adaptarse a otros patrimonios e incluso cambiar el elemento usado como excusa para el encuentro, que en este caso es el café.

No nos detendremos en este punto, que desarrollamos más adelante, porque lo importante en este apartado es dejar claro que los *Cafés del Recuerdo Férreo* son espacios mediados por un entorno físico que posibilita la interacción entre los participantes y resultan vinculantes, pues apelan directamente a la memoria y a las emociones por medio de la conversación y el encuentro cara a cara.

Se busca, en la medida de lo posible, que los *Cafés* se realicen en un lugar que haya pertenecido al fenómeno histórico del Ferrocarril de Antioquia. De no ser posible, hay que adaptar el espacio para que lo evoque con la ayuda de recursos como fotos, imágenes, videos, sonidos, entre otros.

La propuesta metodológica de los *Cafés del Recuerdo Férreo* contempla tres momentos o estaciones: la *Casa del Maquinista*, el *Vagón del Correo* y el *Vagón Tolva*. Estas tres subexperiencias funcionan como complementarias unas de otras, pero no son dependientes y los usuarios pueden acercarse a cualquiera sin sentirse perdidos, esto lo desarrollamos en el capítulo 4 de este documento con los *journey maps*.



En los *Cafés del Recuerdo Férreo* se concibe al antiguo Ferrocarril de Antioquia como un fenómeno que marcó la historia de la región, pero a la vez como un personaje que conecta y mueve las fibras de los participantes. Así dotamos al tren de una personalidad semejante a la de un gigante de hierro que ha permanecido dormido, pero que, gracias a las charlas y a los relatos que se van recolectando, despierta. Se apela a las emociones de los participantes, quienes con cada una de sus acciones contribuirán a la preservación de su memoria por medio de los relatos de su pasado y las historias que se tejen en el presente con miras al futuro.

Usuarios implicados en los *Cafés del Recuerdo Férreo*

Como lo expondremos en el capítulo 5, los *Cafés del Recuerdo Férreo* están dirigidos principalmente al nivel de participación *Colaboradores*, encontrándonos allí con arquetipos como jubilados, evocadores, colectivos locales, comunidad de las zonas relacionadas al tren, turistas, nuevas generaciones, entre otros.

Actores y roles implicados en la realización del espacio

- *Equipo de Recuerdo Férreo*

Personal del proyecto que realiza o capacita a los gestores para la realización de cada uno de los *Cafés del Recuerdo Férreo*.

- *Conductor*

Como en el funcionamiento de un tren, esta persona del equipo de *Recuerdo Férreo* se encarga de la introducción y moderación del espacio, acompañando a cada maquinista (nombre que le damos a cada usuario que toma la palabra).

El conductor mantiene el rumbo y sentido de la discusión a partir de unos acuerdos, para así poder disfrutar de la conversación que, en la *Casa del Maquinista* se estructura en cuatro fases: apertura, conversación, recapitulación y cierre.



El conductor puede acercarse al arquetipo de *evocador*, debe tener claros hitos importantes del tren en Antioquia y se interesa en conocer más. Esta persona debe saber de dinámicas para el manejo de grupos.

- *Maquinista*

Es cada uno de los usuarios que toma la palabra para mantener la marcha de la conversación con sus historias y así expandir el relato. En los encuentros puede haber un maquinista principal que, idealmente, es un jubilado que abre la conversación con su historia, luego de la introducción que hace el conductor.

- *Observadores*

Participantes que no intervienen, pero mantienen una escucha o atención activa durante los vagones y se acoplan a las dinámicas del espacio.

- *Equipo de apoyo*

Son las personas que se encargan de suplir los recursos necesarios para el desarrollo del espacio: café, ayudas audiovisuales, silletería, papelería, etc.

- *Gestor cultural / líder comunitario o cultural / funcionario*

Es importante señalar que este perfil es más destinatario del marco de trabajo a desarrollar, pero en la experiencia de los *Cafés del Recuerdo Férreo* podría ser quien acompaña y facilita los procesos de realización de las actividades. Esta persona ayuda a cohesionar el proyecto con el



conductor, los maquinistas, los observadores, el equipo de apoyo y los demás usuarios.

Los *Cafés del Recuerdo Férreo*, como lo mencionamos anteriormente, se componen de tres momentos que sugieren que los participantes habitan un tren y viajan por sus recuerdos, pasando de vagón en vagón, lo cual ayuda a mantener el relato y genera asociaciones permanentes con el tren, como personaje e hito.

Para el cumplimiento y revisión de los objetivos que se plantea *Recuerdo Férreo* con los *Cafés del Recuerdo Férreo* se crea una rúbrica basada en los tres conceptos claves del proyecto: *memoria colectiva, apropiación del patrimonio cultural y comunicación educación*. Este sistema de registro se expone y detalla en el capítulo 8.

Figura 10

Resumen de los vagones que componen los *Cafés del Recuerdo Férreo*



CASA DEL MAQUINISTA

Conversa cara a cara con los testigos directos que vieron al Ferrocarril conquistar la indómita Geografía Antioqueña y aprende sobre los años de apogeo y euforia que tuvo nuestro amado tren antes de su desaparición definitiva.

VAGÓN DEL CORREO

Mientras el Ferrocarril permanezca dormido será imposible vencer al olvido que lo está condenando a desaparecer. Juega, reescribe la historia del tren y ayúdanos a que despierte una vez más

VAGÓN TOLVA

Tolva es el nombre que se le da a los vagones para mercancías de los trenes y ferrocarriles. Descubre cómo los mejores recuerdos del Ferrocarril de Antioquia se pueden compartir por medio de productos que cuentan una gran historia.

3.2 Los vagones de los Cafés del Recuerdo Férreo

Casa del Maquinista

En la *Casa del Maquinista* los usuarios toman la palabra para abrir la *conversación* en la que, alrededor de un café, se comparten las memorias de todos con el tren. Este



vagón es el lugar de la palabra compartida en la experiencia de los *Cafés del Recuerdo Férreo*.

El propósito es que, con los *Colaboradores* como protagonistas, se abra una conversación enfocada en compartir historias derivadas de las experiencias y vivencias con la idea de que todos puedan escuchar y compartir también las propias. Todo maquinista es apoyado por su conductor. La invitación es que los participantes se conviertan en maquinistas que con sus historias le dan nueva vida al tren.

La tarea del conductor es acompañar el viaje y para eso tiene unos recursos disponibles como un video detonante que presenta un testimonio o acontecimiento relacionado al ferrocarril para motivar a los usuarios a compartir sus propios relatos.

Otras herramientas con las que puede contar el conductor son el tiquete de entrada, la actividad rompe hielo llamada *Abordaje*, la proyección de tráiler de *Recuerdo Férreo* con la presentación del proyecto, un banco de preguntas para motivar la conversación y los elementos que disponga la rúbrica para la evaluación de la experiencia.

Figura 11

La *Casa del Maquinista* implementada en Cisneros



La conversación en la *Casa del Maquinista* puede girar en torno a tres ejes temáticos: *Tren dormido* (una conversación sobre lo que se fue con él), *Años dorados* (momentos y detalles del esplendor del ferrocarril en Antioquia) y *Tren despierto* (qué cosas nos permiten mantener hoy el recuerdo del tren). Estos ejes se describen más adelante en el apartado 3.3 de este capítulo: “*Instantáneas y ciclos de los vagones*”.

En este vagón la tarea del conductor es acompañar el viaje en cuatro fases: apertura, conversación, recapitulación (de esta puede haber varias, dependiendo del curso del diálogo) y cierre. Durante estas fases, el conductor lanza pistas migratorias que están establecidas desde el guión de la narrativa y con las cuales se guía a todos los nuevos maquinistas a los siguientes vagones: *Vagón del Correo* y *Vagón Tolva*, que tienen como premisa la cocreación y fidelización, respectivamente.

Además, la experiencia física está mediada por señalética que, en este caso, es un



*Cambiavía*¹⁷ que es accionado por el conductor y tiene un código QR que redirige a los usuarios al grupo de Facebook de los *Cafés del Recuerdo Férreo*.

Para entender mejor la *Casa del Maquinista* exponemos a continuación un ejemplo de cómo podría ser uno de los guiones de esta experiencia. En este caso, desde el eje temático *Tren dormido*.

***Casa del Maquinista* - Guía metodológica y escaleta de la actividad**

Apertura. Abordaje:

En la entrada de los *Cafés del Recuerdo Férreo* se hace entrega de un tiquete de ingreso a los maquinistas y observadores, dicho tiquete sirve para que los usuarios tengan un registro de visitas a los *Cafés del Recuerdo Férreo*.

Luego, una persona del equipo de apoyo realiza una actividad de *Abordaje* con los maquinistas y observadores. La actividad tiene como objetivo propiciar fluidez en la interacción de los participantes, contribuyendo en la creación de lazos de confianza entre ellos.

Las siguientes actividades de *Abordaje* están asociadas a la temática del Ferrocarril y se proponen:

- ***Memoria con cartas***

El juego de cartas fue uno de los más relevantes en la época durante la cual estuvo en funcionamiento el antiguo Ferrocarril de Antioquia, pues era una de las actividades más realizadas por los viajeros durante su estadía en el tren.

¹⁷ El cambiavía es una herramienta con la que se cambia la ruta de los trenes. En *Recuerdo Férreo* se concibe como un elemento simbólico que si bien no se usó en las implementaciones de Santo Domingo y Cisneros, no se descarta para futuras ocasiones.



En esta dinámica se deben poner las barajas boca abajo para luego formar 4 filas y 13 columnas. Una vez completado este paso, el jugador de turno tiene que escoger dos cartas al azar y levantarlas.

Si al levantarlas los números son diferentes, la persona deberá regresar las cartas a donde estaban, poniéndolas boca abajo y se pasará el turno al siguiente jugador.

Durante el juego se deben formar parejas de cartas con la misma numeración, por lo que el ganador será aquel que logre conseguir la mayor cantidad de parejas.

Herramientas: baraja de cartas.

- ***Construyendo palabras:***

El conductor, en este caso una persona del equipo de apoyo, debe escribir una palabra en una hoja, los participantes tienen que identificar las letras que la componen y, a partir de ellas, construir otras palabras relacionadas con el ferrocarril, sin repetirlas.

Herramientas: hoja y lapicero.

Así, se da inicio a la actividad central de la *Casa del Maquinista*, una conversación, con café a bordo, nutrida por los recuerdos de los asistentes, que con las intervenciones se convierten en maquinistas y hacen que ese gigante de hierro, que alguna vez fue el Ferrocarril de Antioquia, vaya reviviendo.

Desarrollo de la conversación:



El personal de apoyo sirve a los asistentes un café a su entrada al espacio. Tan pronto se acomodan, el conductor comienza la sesión:

- ¡Todos a bordo que nos vamos! Gracias a todos ustedes por venir y porque hoy nos van a llevar de nuevo a montar en tren. Mi nombre es xxxx, soy el conductor de este tren en el que hoy vamos a pasar un rato muy agradable, paisajeando por esos recuerdos y preguntas que tenemos alrededor del tren y su historia con nosotros.

Todo eso hace parte de una memoria que es muy importante cuidar entre todos, y por eso les daba las gracias y se las vuelvo a dar por todo lo que van a compartir hoy. Es más, la invitación es tan en serio, que les vamos a pedir su permiso para que, firmando la hojita que les entregamos¹⁸, nos permitan tomar sus historias para llevarlas a videos otras formas de imagen, audios o escritos para que otras personas conozcan esa historias con el tren y se acuerden de su propia historia y así, de historia en historia, mantenemos el tren marchando en nuestro recuerdo. Por eso es que estamos grabando toda esta conversación.

Claro que vamos a reconocer siempre de quién es cada historia, aquí a nadie le cobramos la entrada y este proyecto lo hacemos gracias al apoyo de entidades y personas que tienen el mismo interés de nosotros en cuidar la memoria del tren, así que con esto nadie se va a hacer rico... o, bueno, sí. Todos vamos a tener la fortuna de una memoria compartida y viva. Si tiene alguna duda para firmar, cuando terminemos me pueden consultar y con gusto se las resuelvo. Lo importante es que estamos listos para conversar y vamos a ponernos en marcha.

Este tren tiene un maquinista y ese maquinista será toda persona que hoy tome la palabra para contarnos su historia con el tren. Tenemos hoy, para comenzar y para que ustedes se animen, a un maquinista invitado, un maquinista principal que nos va a dejar listos para enganchar esas historias como si fueran los vagones de este tren.

¹⁸ El conductor en este caso se refiere a un formato de autorización de uso de derechos de imagen y propiedad intelectual que se puede encontrar en el capítulo 9. Adjuntos - Adjunto 2



El tema de hoy en la *Casa del Maquinista* es el *Tren dormido*, para que hablemos de qué fue todo lo que desapareció cuando el tren dejó de pasar por estas tierras. Para que empecemos, veamos en este video la primera historia:

Se reproduce el video detonante que abre la conversación y tiene en el cierre la pregunta o la mención del eje temático - narrativo: el tren dormido, ¿qué se fue cuando el tren dejó de rodar?

Luego de esta primera historia, el conductor interviene para proponer unos acuerdos en la conversación.

- Bueno y para garantizar que este recorrido sea muy agradable para todos, les quiero proponer que nos pongamos de acuerdo en unos principios para que conversemos y lleguemos a donde queremos llegar que es a reconocer el valor que tiene nuestra historia en común con el tren.

Les voy a compartir unos que nos han funcionado y me cuentan qué les parecen. Claro que pueden proponer.

- Lo primero es que escuchemos primero para después hablar.
- Recuerden pues, que la idea es escuchar muchas historias, midamos el tiempo de la intervención. Si nos emocionamos mucho, nosotros les hacemos la señal.
- Dedicuémosle al otro la misma atención que quisiéramos que nos dedicaran.
- Recuerden que la idea es compartir recuerdos. Sabemos que la historia del tren está rodeada de ingredientes que sugieren culpas, responsables, que hay que mencionar si es necesario, pero que no nos impidan continuar con nuestra historia.
- Si no es indispensable dar nombres, se pueden omitir, la idea es concentrarnos en las historias.



- Por lo mismo, aquí no hay nada personal contra nadie, de manera que el respeto y el cuidado entre nosotros es importante.
- Recuerden que este es un espacio familiar, así que, si la historia es muy fuertecita, nos pueden pedir ayuda para contarla.

¿Qué les parecen estos principios? ¿Están claros? ¿Falta algo?

Conversación

En este momento se abre la conversación, pero es importante señalar que el maquinista invitado debe haberse involucrado en una conversación previa en la que se le explique la dinámica del espacio y el énfasis que se quiere hacer en el eje temático - narrativo del día.

- Está con nosotros xxxx, él es pensionado de los Ferrocarriles Nacionales de Colombia, se jubiló en 1996 y en ese momento era maquinista, conduciendo aquellas tremendas locomotoras diésel que más de uno de nosotros vio por estas montañas. También trabajó como conductor, frenero y asistente.
- Bienvenido don xxxx y cuéntenos, ¿de todo eso que usted vio que aportó el tren a las vidas de las personas de esta región, incluida la suya, qué es lo que más extraña?

Una vez que el invitado termina, el conductor continúa la conversación dando la palabra a otro de los presentes.

- Ahora vamos a darle la palabra a alguien más. Por favor cuéntenos tu nombre, qué relación tuviste con el tren y cuál es tu historia, ¿qué extrañas de todo lo que desapareció cuando el tren se fue?



Mientras tanto, recuerden que este tren en el que estamos viajando por la historia tiene otros dos vagones para que compartan su historia, la escriban, la graben o la dibujen, escriban una poesía o la letra de una canción que se acuerden con todo esto, lo que quieran. Está el *Vagón del Correo* y el *Vagón Tolva*, allá compartiremos también las historias que nos dejen y que nos van a ayudar a vencer el olvido.

En caso de que haya reticencia, puede plantear una nueva pregunta al invitado. Puede ser una entre estas:

¿Qué se fue cuando dejó de llegar el tren?

¿Para qué te sirvió el tren?

¿Qué de todo eso marcó nuestras vidas?

¿Qué importancia tiene el tren para la región?

¿Qué significa que las memorias del tren durmieran para siempre?

¿Por qué recordar el tren?

Recapitulación

En medio de las intervenciones, el conductor va recapitulando qué elementos o temas son recurrentes, a modo de resumen. Este ejercicio podrá hacerse cada vez que el conductor considere que debe retomarse el rumbo de la conversación o reactivar a los participantes. Esto incluye verificar que haya café disponible a solicitud de los usuarios.

Cierre

Transcurrido el tiempo determinado o cuando considere que las historias o participaciones son reiteradas, el conductor procede a cerrar.



- Ya este tren está en marcha. Pasamos por Xxxxxx y de aquí salieron historias que van a inspirar a otros a crear obras como las que ustedes van a poder ver, leer y oír en el *Vagón del Correo*, donde también las van a poder compartir.

Esperamos que les haya gustado la conversación porque tendremos más, ya no sobre el tren dormido, sino de los años dorados (qué fue lo mejor de toda la historia con el tren) y luego del tren que mantendremos despierto en nuestra memoria, gracias a nuestros recuerdos, ahí hablaremos de qué vale la pena mantener en nuestro recuerdo. Así que estén pendientes de la invitación para que volvamos a conversar y a montar en este tren.

A nuestro invitado, a ustedes y a todas las personas y entidades que nos permiten vernos, muchas gracias. Sigán en los *Cafés del Recuerdo Férreo* y los esperamos en el *Vagón del Correo* para que registren sus historias y si quieren llevarse un recuerdo, pueden pasar por el *Vagón Tolva* para antojarse.

Figura 12

Observadora participando en la *Casa del Maquinista* en Santiago, Santo Domingo



Vagón del Correo

El *Vagón del Correo* es una experiencia *gamificada* para la cocreación de contenidos, que busca registrar - en diferentes soportes - las memorias que tienen nuestros usuarios con el ferrocarril.

El juego consiste en que los participantes deberán armar un elemento relacionado con el antiguo Ferrocarril de Antioquia, como el mapa con las estaciones, para despertar al tren. Para lograrlo, los usuarios deben liberarse de unos puntos karma que corresponden a las letras de la palabra "Olvido". Una vez se arma el elemento, de manera colaborativa, el grupo puede volver a escuchar el sonido del tren.

Para acceder a este vagón existen dos vías, una de ellas es seguir la ruta propuesta y unirse a esta experiencia después de haber participado la *Casa del Maquinista* y la otra vía es llegar directamente a este vagón, pues funciona de manera independiente a los



otros.

Figura 13

El *Vagón del Correo* implementado en Cisneros



La misión del conductor en el *Vagón del Correo* es invitar a los usuarios a jugar, presentarles las reglas de la experiencia y mostrarles las opciones de creación que tienen para liberarse de los puntos karma que impiden que el tren esté despierto. Algunas de esas alternativas se agrupan en estaciones, que pueden ser:¹⁹

- Estación del correo: aquí los maquinistas pueden quitarse puntos escribiendo

¹⁹ El *Vagón del Correo* podría tener más estaciones, de acuerdo a los diferentes ejes temáticos. Acá se describen las que se usaron en la implementación en Santo Domingo y Cisneros para el eje *Tren dormido*.



una postal o una carta, haciendo un dibujo o dejando un mensaje en un libro de registro.

- Estación de televisión: en este punto los maquinistas pueden dejar registro de sus memorias con el tren con un video corto, idealmente no más de tres minutos, que luego será posteado en el sitio web y las redes de *Recuerdo Férreo*.
- Estación de radio: hay a quienes no les gustan las cámaras, por eso también ponemos a disposición de los maquinistas herramientas de registro, con ayuda de un profesional, para que sus memorias queden en audio y puedan ser enviadas después por plataformas como WhatsApp.

Cada una de las actividades enunciadas anteriormente quita un número de puntos karma de acuerdo con su dificultad. Cuando los maquinistas aceptan la invitación a jugar y a pasar por diferentes estaciones, se empieza a enriquecer el universo narrativo del proyecto, lo que da como resultado una expansión del relato y la construcción de una memoria colectiva que incentive la apropiación del patrimonio cultural relacionado con el tren en Antioquia.

El *Vagón del Correo* también puede girar en torno a los ejes temáticos: *Tren dormido*, *Años dorados* y *Tren despierto*. Así pues, en *Tren dormido* el juego podría dirigirse a armar el mapa del Ferrocarril de Antioquia con las estaciones; en *Años dorados* podría enfocarse en la construcción de una maqueta a escala que muestre cómo lucía el corregimiento de Santiago cuando fue inaugurado el túnel de La Quebra y en *Tren despierto* podría orientarse a reconstruir una imagen en la que se indique qué puntos de la vía férrea se mantiene en pie y cuáles ya desaparecieron.

Para atender a estos ejes temáticos y no ser monótonos en las actividades, pueden agregarse estaciones distintas a las anteriormente descritas. Incluso, algunas estaciones pueden ser de carácter más museístico (con fotos y videos de archivo del ferrocarril y que la misión de los usuarios sea reaccionar a los mismos o interpretarlos) o más exploratorio (como incluir opciones artísticas como pintura, performance o creación de paisajes sonoros y músicas relacionadas al tren).



Este es un vagón en el que además del conductor principal, que da las instrucciones y hace seguimiento a los participantes, debe haber personas del equipo de *Recuerdo Férreo* acompañando cada una de las estaciones. La herramienta con la que cuentan los conductores son el tiquete de juego (que indica a los maquinistas los puntos que deben quitarse), una mesa con el elemento a armar (como el mapa) y los elementos que disponga la rúbrica para la evaluación de la experiencia.

Finalizando el recorrido por este vagón, los maquinistas y los nuevos usuarios tienen la posibilidad de poner fin a la experiencia *Cafés del Recuerdo Férreo*, es decir, salir del espacio físico, o ser guiados por el conductor al *Vagón Tolva*, accionando el *Cambiavía*.

Para entender mejor el *Vagón del Correo* exponemos a continuación un ejemplo de cómo podría ser uno de los guiones de esta experiencia. En este caso, desde el eje temático *Tren dormido*.

***Vagón del Correo* - Guía metodológica y escaleta de la actividad**

Descripción experiencia gamificada para el *Vagón del Correo*

Consiste en darle en la entrada de la experiencia un tiquete de ingreso a cada asistente con 6 “*Puntos de olvido*” (puntos de karma). Cada punto corresponde a cada una de las letras de la palabra “*Olvido*”. Los participantes deben deshacerse de estos puntos realizando una serie de acciones propuestas por el equipo de *Recuerdo Férreo*, cada acción resta una cantidad determinada de puntos según su dificultad.

Una vez el usuario muestre su tiquete sin puntos de karma (sin la palabra *olvido*), se le da una estación (en ficha) para activarla en el mapa que está ubicado en el centro del espacio. Cada vez que se activa una estación, el participante hace sonar una campana. El objetivo final es que entre todos los usuarios despierten el tren colaborativamente activando todas las estaciones del mapa.



Reglas

- Pueden repetir acción.
- Máximo de puntos por acción: 2 puntos.
- Los jugadores podrán escoger las acciones para deshacerse de los puntos de olvido.
- Para obtener la estación deben presentar su tiquete sin la palabra olvido.

Tabla de acciones de la experiencia gamificada

Acción	Puntos de olvido (Karma)
Hacer un dibujo que exprese lo que representa el ferrocarril para mí.	2 puntos
Enviar una postal.	2 puntos
Grabar un vídeo, ya sea: <ul style="list-style-type: none">● Contando una vivencia relacionada con el ferrocarril.● Contando algo que el participante no sabía y aprendió en la experiencia.● Dando un dato curioso relacionado al ferrocarril o la época.	2 puntos
Enviar una nota de voz en la estación de radio.	2 puntos
Tomarse una foto en la experiencia.	2 puntos

Objetivo de la experiencia gamificada



- Despertar al ferrocarril. Para ello, los participantes deben activar las estaciones en el mapa.
- Promover la creación de contenidos por parte del usuario con el fin de expandir la memoria colectiva relacionada con el Ferrocarril de Antioquia.
- Generar experiencias que faciliten la apropiación social del patrimonio cultural relacionado con el ferrocarril en Antioquia.
- Incentivar la creación y la colaboración dentro de la experiencia.

Todo esto en concordancia con el objetivo del proyecto que es la construcción de la memoria colectiva respecto al ferrocarril en Antioquia por medio de una experiencia que apunte a satisfacer las necesidades de nuestros *Creadores* y *Colaboradores*: el reconocimiento, la socialización, ser escuchados y compartir conocimiento.

Guion de la experiencia gamificada

Las líneas que siguen son un derrotero de la experiencia. Las partes guionizadas son una base flexible que se puede adaptar. El texto es una guía del discurso y por lo tanto, no hay que saberlo al pie de la letra.

Momento 1:

Duración: 5 minutos

Las puertas están cerradas, el conductor espera que todos estén a la entrada del espacio de la experiencia para comenzar. Allí les dará la bienvenida.



- Muy buenas tardes o días. Bienvenidos al *Vagón del Correo*, en este lugar viajaremos al pasado para buscar nuestros recuerdos y traerlos al presente a través de un juego en que despertaremos al tren. Les pediremos que en esta primera parte abran sus sentidos pues entraremos a una máquina del tiempo. Viajaremos a los años dorados del antiguo Ferrocarril de Antioquia.

Momento 2:

Duración: 5 minutos

El conductor abre las puertas del vagón, todos entran. Al interior del vagón sólo se ven imágenes del ferrocarril proyectadas en las paredes con un paisaje sonoro inmersivo. Se cierran las puertas. Ha comenzado la experiencia. Faltando un minuto para terminar este momento se les pide a los usuarios que cierren sus ojos, cuando pase el minuto se les pide que los abran lentamente.

Momento 3:

Duración: entre 8 y 10 minutos

Cuando los participantes abren los ojos se han encendido las luces. El espacio está dispuesto como interfaz de juego para comenzar. El conductor anuncia que el juego ha comenzado. Aquí se comunica la dinámica del juego.

- ¿Cómo se sintieron?

El conductor permite que los usuarios respondan y luego le plantea al grupo:

- Ahora vamos a compartir todas esas sensaciones para despertar al tren en este juego. En sus pasaportes tienen un tiquete con la palabra olvido, tendrán que borrarla, cada letra de esa palabra representa un punto que deberán perder.



Para perder esos puntos deben hacer acciones. (El conductor señala el sistema de puntos) Cada acción les quita cierta cantidad de puntos como vemos en la tabla, las acciones las podrán hacer en las diferentes estaciones que hemos dispuesto (el conductor hace un recorrido por las estaciones con la gente) cada vez que hagan una acción se les sellará en el pasaporte y ese sello lo mostrarán en taquilla para que les quiten puntos. Como cada letra de la palabra olvido significa un punto, en taquilla les irán tachando las letras de su boleto.

Una vez hayan tachado toda la palabra olvido irán a la taquilla a reclamar una estación y la podrán en el mapa (les indica donde está el mapa), la persona del mapa anunciará que han activado una estación. Una vez todos hayan activado las estaciones despertaremos al tren. Importante: se pueden ayudar entre ustedes, el tren es una propiedad de todos y todas.

Momento 4:

Duración: 30 minutos

El conductor da la señal para comenzar el juego.

Momento 5:

Duración: 15 minutos

Una vez suena el tren despierto el conductor reúne a los usuarios en el centro. Se disponen las sillas para una conversación final que hace parte de la rúbrica.

Figura 14

Maquinista completando una postal en Cisneros



Vagón Tolva

Para acceder al *Vagón Tolva* se disponen dos vías. La primera es haciendo parte de la ruta propuesta por *Recuerdo Férreo*, es decir llegar a este vagón después de pasar por la *Casa del Maquinista* y el *Vagón del Correo*. En este caso, esta etapa se configura como el final de la experiencia analógica y es el punto de partida de la experiencia digital.

Aquí los organizadores premiarán a los participantes, con un recuerdo del proyecto, por su desempeño a lo largo de la jornada, invitarán a los interesados a hacer parte de un grupo de WhatsApp para estar enterados y recibir contenido adicional del proyecto o consumir el sitio web, donde encontrarán material audiovisual que les permitirá expandir el relato. En adición, las personas podrán comprar productos que muestran, cuentan y expanden la historia del tren en Antioquia como por ejemplo: mugs y pocillos con logos de *Recuerdo Férreo*, bolsas de café producido localmente, miniaturas del tren, botones, gorras, camisetas, postales, etc.

La segunda forma de acceder al vagón es llegando directamente. En el caso de que el usuario se decante por esta opción, se descarta la premiación de la experiencia. Sin



embargo, se le invitará a consumir los contenidos digitales, hacer parte del grupo de WhatsApp, y llevar (comprar) los recuerdos.

Figura 15

Vagón Tolva instalado en Santiago, Santo Domingo



El *Vagón Tolva*, en caso de que el maquinista haga la ruta propuesta, hará las veces de cierre de los *Cafés del Recuerdo Férreo*. Aquí nos encontraremos con los usuarios, conversaremos sobre la experiencia y recibiremos retroalimentación con las herramientas que disponga el sistema de rúbrica. Finalmente, les entregaremos algunos recuerdos por participar.

Este vagón servirá de puente con nuestros canales digitales, pues todos los recuerdos tendrán pistas migratorias como códigos QR o tarjetas que invitan a conocer a nuestros usuarios el sitio web, en el cual tendremos el repositorio de los *Cafés del Recuerdo Férreo*, además de contenido audiovisual adicional.



Vale la pena destacar que los productos que los usuarios e interesados tienen la posibilidad de comprar, alusivos a *Recuerdo Férreo*, son elaborados por artesanos locales, principalmente de la región y del país; con esto se motiva y promueve la economía local.

Figura 16

Equipo de *Recuerdo Férreo* luciendo las camisetas disponibles en el *Vagón Tolva*, Santo Domingo



3.3 Instantáneas y ciclos de los vagones

Ejes temáticos de los *Cafés del Recuerdo Férreo*

En la narrativa de los *Cafés del Recuerdo Férreo* se proponen tres estructuras o ejes temáticos, sobre las cuales pueden girar los encuentros, que son:



Figura 17

Ejes temáticos

Ejes temáticos de los <i>Cafés del Recuerdo Férreo</i>	
Tren dormido	<p>Este se enfoca en la desaparición, el olvido y el desarraigo del tren que ya no circula. Conecta las vivencias de una generación que vivió de cerca este gran hecho histórico con las nuevas generaciones y enfatiza en la problemática del inexorable paso del tiempo y cómo hacer que prevalezcan los recuerdos y la memoria.</p> <p>Este eje se basa en el conocimiento de los aspectos esenciales que determinan la importancia del tren en la región y presenta la necesidad de establecer cómo esa importancia alcanza a la vida particular y la memoria de los usuarios.</p>
Años dorados	<p>Se enfoca en los inicios y auge del antiguo Ferrocarril de Antioquia, los años de apogeo, el lujo, la belleza y el desarrollo económico que trajo en sus mejores tiempos.</p> <p>Es una inmersión a todo color, gracias a los recuerdos y aportes de los participantes, sobre una época de gloria llena de anécdotas que conectan con la audiencia y las invita a anhelar construir de manera colaborativa estos recuerdos.</p>
Tren despierto	<p>Habla del ferrocarril en el presente, del impacto que tienen los elementos que aún persisten dentro de las poblaciones en la actualidad y señala en qué punto se</p>



	<p>pueden reconocer las huellas del tren: usos, costumbres, rutinas cotidianas, artes, oficios, entre otros.</p> <p>También se busca propiciar entre los <i>Creadores</i> y <i>Colaboradores</i> acciones concretas para apropiarse de la memoria colectiva y del patrimonio cultural en torno al antiguo Ferrocarril de Antioquia.</p>
--	---

Cada uno de estos ejes temáticos traerá nuevas conversaciones a la *Casa del Maquinista*; nuevas posibilidades de cocreación y juego al *Vagón del Correo* y nuevos productos al *Vagón Tolva* que derivan en nuevas dinámicas en la comunidad virtual. Estos ejes permiten que el viaje por *Recuerdo Férreo* continúe en marcha.

Instantáneas

Estos ejes son flexibles y, aunque se proponen como una ruta, pueden funcionar de manera individual, al igual que los vagones. Se convierten así tanto vagones como ejes temáticos en una caja de herramientas que permite armar los *Cafés del Recuerdo Férreo* según la necesidad.

Podríamos pensar entonces en instantáneas, es decir encuentros de una sola experiencia de los *Cafés del Recuerdo Férreo*, con algún eje temático particular, para ser llevados a espacios itinerantes como una feria del libro, una exposición, un aula de clase o un evento de una entidad o marca interesada en la construcción de memoria colectiva relacionada con el ferrocarril en Antioquia para la apropiación del mismo como patrimonio cultural.

En este caso, en la entrada de los *Cafés del Recuerdo Férreo* se entrega un tickete a los maquinistas que sirve de registro de visitas a los vagones. Cada asistencia a las diferentes experiencias es marcada y al completar las tres, el usuario recibe un recuerdo del *Vagón Tolva*.



Ciclos

Otra opción que presentamos es establecer ciclos de *Cafés del Recuerdo Férreo* en los que un mismo público pueda acercarse en profundidad, durante diferentes jornadas, a uno o más ejes temáticos. Aquí pasamos de ver los *Cafés* como eventos para convertirlos en procesos con comunidades determinadas.

Aunque los ciclos pueden ser armados a necesidad (de *Recuerdo Férreo* o de aliados y financiadores), se propone desarrollar los tres ejes temáticos, asignando en cada caso mínimo un (1) encuentro, para un total de tres (3) *Cafés del Recuerdo Férreo* en el ciclo. Esto para desarrollar un ejercicio de memoria colectiva que llegue a un nivel más alto de apropiación del patrimonio cultural relacionado con el antiguo Ferrocarril de Antioquia.

En este caso, en la entrada de los *Cafés del Recuerdo Férreo* se entrega un ticket a los maquinistas que sirve de registro de asistencia a las jornadas. Cada participación es marcada y al completar todos los *Cafés* del ciclo temático, el usuario recibe un recuerdo del *Vagón Tolva*.

4. Especificaciones funcionales

4.1. Mapa de plataformas, canales y productos / contenidos

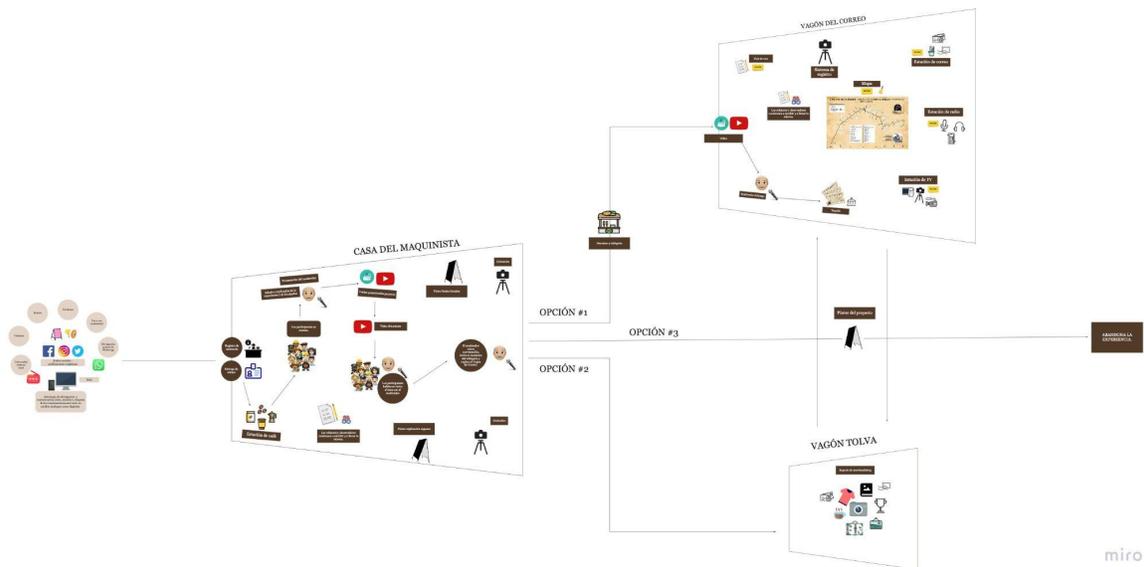
Como una apuesta por la construcción de memoria colectiva para la apropiación del patrimonio cultural relacionado al ferrocarril en Antioquia mediante herramientas basadas en la comunicación - educación, *Recuerdo Férreo* tiene como obra núcleo a los *Cafés del Recuerdo Férreo*, experiencias vivenciales de conversación y cocreación para vencer al olvido.



Así pues, los contenidos, plataformas, canales y productos se alimentan sobre todo de lo que sucede en los encuentros presenciales con nuestros usuarios que, por supuesto, podrán expandir la narrativa ingresando a nuestras plataformas digitales para conocer las creaciones de otros usuarios o incluso para encontrar ese video, ese texto o esa postal que grabaron o escribieron en el *Vagón del Correo*, recordar apartados de la conversación de la *Casa del Maquinista* o incluso pedir ese vaso con el logo del proyecto que les gustó tanto en el *Vagón Tolva*.

Figura 18²⁰

Mapa de plataformas



4.2. Journey map (Recorridos de usuario)

Un pasajero en un tren, generalmente, puede decidir en qué vagón montarse y en cuál estación bajarse. Nuestro *journey map* está pensado de la misma manera. Aunque

²⁰ Para explorar el *Journey map* con mayor definición ir a: <https://drive.google.com/file/d/13KxE9Jjy-LJWPAhEVoXyJe0-AVd36yU/view?usp=sharing> o también está disponible el tablero original de Miro seguir este enlace: https://miro.com/app/board/uXjVO0gs4-l=/?share_link_id=725281447226



hay unas flechas y unas rutas propuestas, nuestro usuario es libre de decidir por dónde ingresar y por dónde salir.

Es en ese sentido que los tres vagones de los *Cafés del Recuerdo Férreo* están pensados como complemento ideal entre sí, pero funcionan cada uno de manera independiente.

Ruta propuesta

El *journey map* ideal sería uno en el que nuestros maquinistas recorran los *Cafés del Recuerdo Férreo* de manera jerárquica: primero, que conversen en la *Casa del Maquinista*; segundo, que registren sus memorias en el *Vagón del Correo* y tercero, que se acerquen al *Vagón Tolva* para conocer los productos que expanden la narrativa del tren en Antioquia.

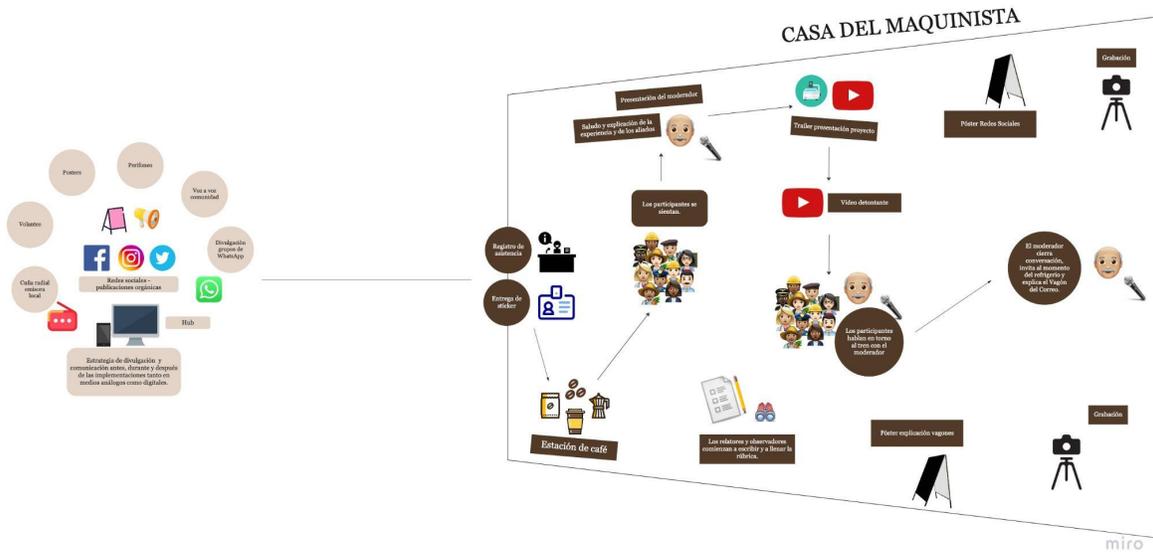
Para empezar a recorrer esta experiencia, el usuario llega a la *Casa del Maquinista* gracias a la estrategia de divulgación de los *Cafés del Recuerdo Férreo*. O simplemente pasa por el sitio del encuentro, se da cuenta de la conversación que se está teniendo y se queda para hacer parte de ella. Esto en las experiencias que son instantáneas.²¹

Figura 19²²

Journey map Casa del Maquinista

²¹ Para conocer más sobre esta categoría dirigirse al capítulo 3, apartado 3.3 Instantáneas y ciclos de los vagones

²² Para explorar este recurso con mayor definición ir a: <https://drive.google.com/file/d/13KExE9Jjy-LJWPAhEVoXyJe0-AVd36yU/view?usp=sharing> o también está disponible el tablero original de Miro seguir este enlace: https://miro.com/app/board/uXjVO0gs4-l=/?share_link_id=725281447226

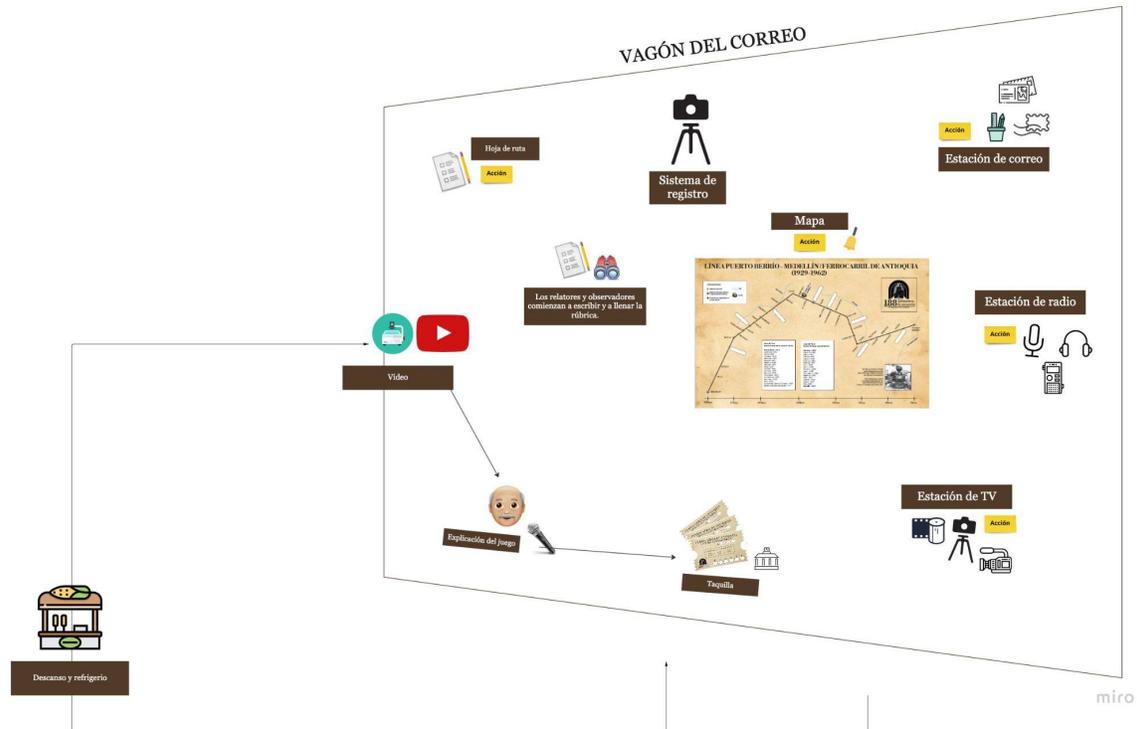


Después de la conversación intergeneracional e interdisciplinar que motivamos en la *Casa del Maquinista*, los usuarios pasan a un refrigerio mientras se preparan para ingresar al *Vagón del Correo*, estación en la que registran sus memorias en torno al tren en Antioquia en diferentes soportes como textos, audios y videos.

Figura 20²³

Journey map Vagón del Correo

²³ Para explorar este recurso con mayor definición ir a: <https://drive.google.com/file/d/13KxE9Jjy-LJWPAhEVoXyJe0-AVd36yU/view?usp=sharing> o también está disponible el tablero original de Miro seguir este enlace: https://miro.com/app/board/uXjVO0gs4-l/?share_link_id=725281447226



Para terminar el recorrido presencial, porque el viaje por *Recuerdo Férreo* puede seguir en canales digitales o en próximos encuentros, el usuario pasa por el *Vagón Tolva* para descubrir productos que muestran, cuentan y expanden la historia del tren en Antioquia.

Figura 21²⁴

Journey map *Vagón Tolva*

²⁴ Para explorar este recurso con mayor definición ir a: <https://drive.google.com/file/d/13KExE9Jjy-LJWPAhEVoXyJe0-AVd36yU/view?usp=sharing> o también está disponible el tablero original de Miro seguir este enlace: https://miro.com/app/board/uXjVO0gs4-l=/?share_link_id=725281447226



VAGÓN TOLVA



miro

4.3. Detalle de las plataformas (Mecánica de la interacción)

- ***Cafés del Recuerdo Férreo***

Por ser los *Cafés del Recuerdo Férreo* nuestra obra núcleo, hemos decidido dedicar el tercer capítulo de este documento a explicar con detalle las lógicas, mecánicas, guiones y estrategias de la experiencia completa y de cada uno de sus vagones. En ese sentido, dedicamos las siguientes líneas a detallar otras plataformas que hacen parte de nuestro proyecto transmedia.



- **Estrategia digital²⁵**

Se plantea una estrategia de comunicación cuyo principal objetivo es difundir los *Cafés del Recuerdo Férreo* y los vagones que transcurren en él, haciendo uso de canales digitales y análogos.

Para la estrategia en canales digitales, el equipo de *Recuerdo Férreo* diseña y realiza las siguientes funciones:

- Crear un perfil en Facebook y abrir el grupo “*Cafés del Recuerdo Férreo*”.
- Crear una cuenta en Instagram.
- Manejar un número de WhatsApp para crear el grupo “*Cafés del Recuerdo Férreo*”.
- Pautar en Facebook invitando a los *Cafés del Recuerdo Férreo*.
- Diseñar y desarrollar el sitio web *Recuerdo Férreo*.
- Pautar en Google que dirige hacia el sitio web (SEM).
- Realiza campañas de adquisición de seguidores para Facebook.
- Pautar en YouTube el tráiler presentación del proyecto *Recuerdo Férreo*.
- Producir cuñas radiales para emisoras locales. Inicialmente, en Santo Domingo y Cisneros, Antioquia.

Para la estrategia en canales análogos, el equipo de *Recuerdo Férreo* diseña y realiza las siguientes funciones:

- Diseñar y repartir volantes de invitación a los *Cafés del Recuerdo Férreo* en Santo Domingo, Cisneros y pueblos aledaños.

²⁵ Vale aclarar que no todas las funciones ni estrategias aquí descritas se usaron en la implementación en Santo Domingo y Cisneros, que finalmente fueron prototipos en alta de la experiencia. Para conocer los detalles del proceso de implementación, dirigirse al capítulo 8: Evaluaciones y resultados.



- Pegar afiches de invitación en sitios como postes de luz, tiendas y parques de Santo Domingo, Cisneros y otros pueblos aledaños.
 - Escribir un guión para realizar perifoneo en los días previos a cada uno de los *Cafés del Recuerdo Férreo* en Santo Domingo, Cisneros y pueblos aledaños.
-
- **Sitio web**

Para el proyecto se propone un sitio web con toda la información sobre *Recuerdo Férreo*; un repositorio de los *Cafés del Recuerdo Férreo*, esencialmente. También con esta herramienta se puede conectar a los visitantes del sitio web con el grupo de Facebook y las demás plataformas digitales.

El cabezote del sitio web incluye el logo del proyecto. Más adelante, el diseño destaca una foto a blanco y negro que refiere los tiempos de actividad del tren. Una barra navegable permite desplazarse a las diferentes pestañas en las que está el contenido.

Figura 22

Prototipo sitio web²⁶

²⁶ Para explorar el prototipo del sitio en el tablero original dirigirse a:
<https://docs.google.com/drawings/d/1SKpzCYzHZ-ORKmwtYVoztf46sWw-orKfVRYcoVr3pa0/edit?usp=sharing>



Ferrocarril de Antioquia Sobre el proyecto Café del Recuerdo Férreo Colaboradores Repositorio Contacto   



Ferrocarril de Antioquia



El Ferrocarril de Antioquia marcó un hito en la historia del departamento y en la de miles de personas en los municipios de su área de influencia, quienes vivieron los efectos de su presencia en el desarrollo socioeconómico de la región y en particular, en la vida cotidiana de las territorios conectados por la línea de Medellín a Puerto Berrio, en muchos de los cuales son visibles numerosas huellas de dicho efecto, un contar aquellas que perviven en los recuerdos y sentimientos de sus habitantes.

[Conoce más](#)

Sobre el proyecto

Por las vías de Antioquia no corren trenes desde hace varios años, pero el Recuerdo se mantiene vivo en los recuerdos de quienes lo vivieron y en la imaginación de quienes lo conocen por lo que les han contado lo que han leído o lo que todavía pueden ver en las antiguas vías y estaciones.

Recuerdo Férreo quiere convertir en patrimonio común nuestros recuerdos e historias con el tren. Queremos preservar del paso del tiempo esta herencia que nos une.



Cafés del Recuerdo Férreo



Conversa cara a cara con quienes vivieron al ferrocarril, compártela la geografía antioqueña.

[Entra aquí](#)

Juego con nosotros: comparte tu historia y sepamos el tren del olvido. Ayúdanos a que tu voz se escuche una vez más.

[Juega ahora](#)

En este tren de historias a gran escala, descubre objetos con los que puedes compartir tu propio recuerdo férreo.

[Compra ya](#)

Colaboradores

Germán Vergara

A las vías del conector Medellín - Puerto Berrio, correspondientes a la división Antioquia de los Ferrocarriles Nacionales de Colombia. Encaja en 1971 Germán Vergara, un joven trabajador proveniente de Caracolí, donde creció con el sueño de subir algún día en el tren que iba pasar todos los días cerca de su casa materna.

hablaba conocer de la importancia del tren en la vida de toda una región, del hecho de que ya solo quedan ruinas y recuerdos cada vez más borrosos en su memoria y la de sus colegas. Germán digitalizó los videos que entre todo, pretende realizar en su vida. Está decidido a contribuir en la preservación de la memoria del tren, en que las nuevas generaciones nunca más pueda Antioquia sustraer de la historia que hasta hoy regresa.



[Conócelos a todos](#)

Repositorio



¡Haz parte de nuestra comunidad!

Nombre

Apellido

Correo electrónico

[Enviar](#)





La barra está ordenada de izquierda a derecha así:

- *Ferrocarril en Antioquia*: contiene un video que habla sobre la historia del tren en el departamento y se hace explícita la intención de *Recuerdo Férreo* de proponer una experiencia para la construcción de memoria colectiva para la apropiación de este patrimonio cultural.
- *Sobre el proyecto*: texto breve que describe de qué se trata el proyecto, cuáles son sus propósitos y cómo nació. Se hace una sinopsis de la experiencia de los *Cafés del Recuerdo Férreo* y se presenta al equipo de trabajo. Tiene como recurso visual una imagen de la estación Cisneros a color.
- *Cafés del Recuerdo Férreo*: esta pestaña tiene información más detallada sobre los *Cafés*: cómo están divididos, en qué consiste cada vagón, cuáles son los horarios. En la parte izquierda de la página hay un carrusel con fotos de la experiencia y en la parte derecha, un texto con la información antes mencionada. Además, tanto en la barra navegable como en la página, hay un logo de las diferentes plataformas previstas en la estrategia digital, que nos llevan a las cuentas oficiales de *Recuerdo Férreo*. Estos logos están en la esquina superior izquierda de la página²⁷.
- *Colaboradores*: textos cortos, imágenes o videos de las personas que asisten a los *Cafés del Recuerdo Férreo*. Cada uno tiene un botón debajo que dice “conócelo aquí”, y nos dirige a una ventana en la que está la biografía completa y algunas de sus historias, esto en caso de que ese personaje tenga una historia particular respecto al tren. En esta misma sección, al lado derecho, hay un *call to action* donde se pueden ver publicaciones de la página *Cafés del Recuerdo Férreo* en Facebook. La intención es que los usuarios vean que hay un grupo activo en esa red social e invitarlos a sumarse.

²⁷ El sitio web *Recuerdo Férreo* se aloja tanto en un subsitio de la página web del MediaLab de Eafit como de manera independiente como copia.



- **Repositorio:** sección donde se encuentran los archivos escritos y audiovisuales. En esta pestaña, por ejemplo, se archivan las postales enviadas en el *Vagón del Correo* (tanto las analógicas que son escaneadas como las electrónicas). Están disponibles allí los audios que se usen para ambientar la experiencia, así como los que los usuarios decidan compartir con sus historias. También están los videos detonantes de la conversación, las fotos de la experiencia de los *Cafés del Recuerdo Férreo* y otros contenidos que los usuarios quieran compartir sobre el ferrocarril.
- **Contacto:** Las personas podrán hacer parte de la comunidad al ponerse en contacto con el proyecto.

Navegación: los usuarios que entren al sitio web pueden acceder con libertad a cualquier punto de información de la barra de navegación. Este presenta de manera sencilla qué es el proyecto y todos sus componentes con un soporte visual.

- **Cuenta oficial en Facebook de los *Cafés del Recuerdo Férreo***

La cuenta oficial del proyecto en Facebook lleva el nombre *Recuerdo Férreo*, esa cuenta es la administradora de un grupo denominado *Cafés del Recuerdo Férreo* y allí sube contenido propio que sale de la experiencia vivencial. También la cuenta interactúa con otros perfiles y grupos dedicados a la cultura ferroviaria en Antioquia y Colombia.

La foto de perfil es el logo de *Recuerdo Férreo* y la foto de portada, que siempre está en constante cambio, es de la época en la cual estuvo activo el ferrocarril.

El propósito de este espacio virtual es ser un repositorio de las experiencias vividas en en los *Cafés del Recuerdo Férreo*, pues hay publicaciones con fotos y videos sobre esos momentos. Además, es un lugar de encuentro para quienes asisten a la experiencia, así como de información para quienes quieran asistir, conocer sobre el



proyecto de manera más detallada o simplemente ver material de la época dorada del tren compartido por la cuenta oficial y por los usuarios.

Esta página oficial tiene información importante como los lugares de encuentro y los horarios en los cuales ocurren los *Cafés del Recuerdo Férreo*. Por este medio se dará a conocer cualquier cambio que se le haga a la experiencia. También contiene el link para conectar a los usuarios al sitio web del proyecto y una descripción breve sobre qué es ese espacio virtual y para qué se abre.

Los usuarios pueden enviar fotos, videos, artículos e historias que quieran compartir para el público. En el caso de las historias se publica una parte y se invita a conocer el resto en el sitio web. Todo el material es revisado por un administrador, quien evalúa si el contenido propuesto por los usuarios es pertinente y puede ser montado a la página o al grupo. En estas publicaciones los usuarios pueden interactuar por medio de comentarios y reaccionar haciendo uso de emojis.

- **Cuenta en Instagram**

El propósito de este espacio virtual es conectar con el arquetipo Nuevas generaciones. A futuro, podría explorarse la posibilidad de llevar los mensajes y contenidos del proyecto a públicos aún más jóvenes y abrir cuentas en redes como TikTok o Kwai.

El manejo de la cuenta de Instagram es similar al de Facebook respecto a contenidos, pero se privilegian los videos cortos y las imágenes de alta calidad. La mayor diferencia está en la intención de crear comunidad, Instagram funciona más para *Recuerdo Férreo* como repositorio audiovisual, mientras Facebook permite mayor interacción con y entre nuestros públicos de interés.

- **Grupo de WhatsApp**

En los *Cafés del Recuerdo Férreo* recolectamos datos, con un acuerdo de manejo de los



mismos, entre los que se encuentran números de teléfono. Para públicos como los jubilados y los evocadores el contacto posterior con otros usuarios y con el mismo proyecto puede facilitarse a través de esta aplicación de mensajería.

Por eso, el propósito de este espacio virtual es seguir en contacto sobre todo con los *Colaboradores*, pues podrían ser los más interesados en seguir enriqueciendo la conversación y la construcción de memoria colectiva respecto al tren.

Es fundamental en este espacio intentar crear una comunidad sólida para que este grupo de personas se sigan encontrando en otros espacios motivados por *Recuerdo Férreo* o en otros eventos relacionados a la cultura férrea en Antioquia y Colombia.

Call to action de las redes sociales y el sitio web

1. Los usuarios de los *Cafés del Recuerdo Férreo* al recibir su tiquete de entrada encuentran un código QR que los invita a compartir su experiencia en Facebook. También, está el link al sitio web con el copy “Descubre más en....”
2. En los *Cafés* se dispone un cambiavía con un QR que se dirige a Facebook, recordándoles a *Colaboradores* y *Creadores* compartir cómo ha sido su experiencia. Estos están ubicados en el punto donde las personas terminan su conversación en la *Casa del Maquinista* y deciden qué camino tomar, que bien podría ser el *Vagón del Correo* o el *Vagón Tolva*.
3. En el sitio web hay un repositorio con registros sonoros y testimonios. En los lugares donde se realizan los *Cafés del Recuerdo Férreo* se ubican unas pantallas para que los usuarios puedan verlos, escucharlos y disfrutarlos.
4. Se hacen publicaciones en Facebook sobre la vida y los testimonios de los *Colaboradores* o los *Creadores*. En los *copies* se invita a conocer sus historias completas en el sitio web.



5. Alrededor de los espacios físicos de los *Cafés del Recuerdo Férreo* se ubican, sobre las paredes y colgadas del techo, frases emotivas de los *Colaboradores* y *Creadores*. Estas pueden ser motivantes para que los usuarios entren al sitio web a conocer el resto de la historia, en caso de que alguna les haya parecido llamativa.

5. Especificaciones de negocio y mercadeo

5.1. Objetivos *Smart*

- Presentar a los *Colaboradores* y *Creadores* los *Cafés del Recuerdo Férreo* como espacios de encuentro para satisfacer su necesidad de compartir o conocer memorias sobre el tren en Antioquia, esto - en una primera etapa - por medio de dos implementaciones en Santo Domingo y Cisneros en el segundo semestre de 2022
- Posicionar *Recuerdo Férreo* a tal punto que al terminar la implementación hayamos logrado 40 asistentes a los *Cafés del Recuerdo Férreo* y nos sigan más de 100 personas en la cuenta de Instagram, con interacciones en las publicaciones.
- Probar la venta de *merchandising* en el *Vagón Tolva*, durante las implementaciones en Cisneros y Santo Domingo, para identificar si esta podría ser una entrada de recursos al proyecto.
- Organizar al menos dos reuniones con las Alcaldías de Santo Domingo y de Cisneros, previas a las implementaciones, para acercarlas al proyecto como aliadas estratégicas o financiadoras.

5.2. Investigación de necesidades de usuario (arquetipos)

Diseño de experiencia



Recuerdo Férreo busca lograr un impacto en los diferentes públicos a los que se dirige desde dos frentes: la experiencia *Cafés del Recuerdo Férreo* y el marco de trabajo. El primer frente busca lograr un ejercicio de memoria colectiva transmedia que rescate del olvido al ferrocarril en Antioquia; el segundo frente pretende recoger la información y aprendizajes de los *Cafés* para que estos puedan ser replicados en otros casos de apropiación del patrimonio cultural a través de herramientas basadas en comunicación - educación.

En ese sentido, los usuarios de uno y otro frente se mezclan y entrecruzan. Por eso es que los niveles de participación “*Colaboradores*” y “*Creadores*” son funcionales para agrupar a los usuarios, entendiendo a los primeros como aquellos que enriquecen el ejercicio de la memoria colectiva y a los segundos como aquellos que producen nuevas historias, contenidos y registros para seguir manteniendo la memoria del patrimonio en el tiempo.

Esos niveles también son porosos, como se muestra en la siguiente tabla:

Figura 23

Usuarios del *Recuerdo Férreo*



En el capítulo 2 de este documento “*Tratamiento / Universo narrativo*” ya se expusieron necesidades de algunos arquetipos relacionados a ambos niveles de participación. En el capítulo 4 “*Especificaciones funcionales*” se habló de los puntos de entrada al proyecto y de algunas necesidades en las especificaciones funcionales. En el capítulo 8 “*Evaluaciones y resultados*” se exponen algunos testeos que se hicieron con posibles usuarios sobre sus requerimientos, expectativas y viabilidad del proyecto y en el mismo título se mencionan los hallazgos en campo con respecto a la pertinencia del proyecto para los públicos de interés, con información de las implementaciones realizadas en Santo Domingo y Cisneros.

Recuerdo Férreo es un proyecto transmedia que se piensa con y para las personas que quieren que perduren tanto el legado del antiguo Ferrocarril de Antioquia como sus propias vivencias con él y por tal motivo acercan esas memorias a aquellas nuevas generaciones o públicos que quieren conocer una historia que no es de anaqueles, sino que es un patrimonio cultural vivo que puede ser explotado educativa, artística y hasta comercialmente por los públicos involucrados.

Como lo mencionamos antes, los niveles de participación son porosos ya que un jubilado como Germán Vergara podría fácilmente pasar de ser *Colaborador* a *Creador*,



pues con un grupo de amigos ha logrado no solo transmitir memorias en el tiempo sino también tener incidencia en acciones y grupos puntuales relacionados a la cultura férrea en Colombia.

Al margen de estos casos excepcionales, que suelen darse con personas con un alto nivel de apropiación y participación, nos atrevemos a decir que:

- El *marco de trabajo* puede ser un apoyo principalmente para el trabajo con *Creadores* y responde a la necesidad de conocer y divulgar memorias, historia y saberes relacionados con un patrimonio cultural desde diferentes campos como la academia, la institucionalidad, el trabajo social con comunidades, la educación formal o informal, las comunicaciones comunitarias o incluso las artes. Por eso, los públicos que identificamos en este nivel de participación son investigadores, fundaciones, corporaciones, entidades estatales, gestores culturales, organizaciones patrimoniales, creadores audiovisuales, jóvenes líderes, entre otros.
- Los *Cafés del Recuerdo Férreo* convocan especialmente a los *Colaboradores* y responden a la necesidad de enriquecer la conversación desde la cocreación y la base social para la construcción de una memoria colectiva que permita la apropiación del patrimonio cultural relacionado con el ferrocarril en Antioquia. Por eso, los públicos que identificamos en este nivel de participación son jubilados, evocadores, colectivos locales, comunidad de las zonas relacionadas al tren, turistas, nuevas generaciones, entre otros.

Es por esta vía que podemos decir que este proyecto puede ser replicado con otros casos de estudio, pues el marco de trabajo puede dar las herramientas necesarias para que estas estrategias con estos niveles de participación pueda ser aplicable a otros patrimonios culturales.

Los *Cafés del Recuerdo Férreo* son más móviles que el marco de trabajo y pueden cambiar con facilidad de públicos, teniendo la flexibilidad de acoplarse al caso de estudio. Podríamos pensar después en *Cafés del Recuerdo Arriero*, *Cafés del Imaginario Silletero*, *Rones de la cultura caldense* o *Arepas de la identidad paisa*.



Es así como con *Recuerdo Férreo* tratamos de responder a una necesidad más global que el caso del estudio particular: motivar a las comunidades a apropiarse de los patrimonios culturales con los que cuenta por medio de un ejercicio de memoria colectiva que involucra herramientas desde la comunicación - educación.

5.3. Modelo de negocio / financiamiento o sustentabilidad

Recuerdo Férreo busca crear, entregar y capturar valor social para las comunidades de Cisneros y Santo Domingo, en principio. Este valor social está atravesado por el sector de las economías creativas y colaborativas, en el campo del patrimonio cultural, teniendo como referente al antiguo Ferrocarril de Antioquia.

En estos dos pueblos de tradiciones ganaderas, cafeteras y paneleras se establecieron varias de las estaciones del tren que conectó a Medellín con Puerto Berrío, tales como El Limón, Cisneros (en Cisneros), Santiago, Porce y Botero (en Santo Domingo).

Sin duda, estos municipios se hicieron conocidos a nivel país por un hito que cambiaría sus destinos para siempre: la construcción del primer túnel de Colombia. Para construir el Túnel de la Quiebra, proyecto que fue la tesis de grado como Ingeniero de Alejandro López, se hizo una inversión de \$3 721 332 pesos y se necesitaron 250 toneladas de dinamita, 159 máquinas y cerca de 32 meses de trabajo.

Finalmente, y gracias al talento de los ingenieros José María Villa y Francisco Javier Cisneros, los 3.7 kilómetros de túnel fueron inaugurados en 1929. Por este trayecto pasó una época dorada para el progreso de Antioquia y una generación que aún no olvida el sonido metálico y atronador del tren dentro del túnel.

Hoy de nuevo hay que hacer una inversión, tal vez no tan cuantiosa como la de 1929, pero sin duda importante. Esa inversión hoy no es para comprar rieles o cubrir las paredes del túnel. Esa inversión hoy es para preservar la memoria, las historias y las



reflexiones que los propios y visitantes de Cisneros y Santo Domingo tejieron gracias al paso del tren.

El Ferrocarril de Antioquia dejó de existir, pero quienes lo manejaron, habitaron y recorrieron no aún. Por eso, hoy la inversión es una inversión social para la apropiación de un legado cultural y patrimonial que se resiste a desaparecer.

Esta inversión permitirá que a las futuras generaciones no se les olvide o les sea ajena una memoria cultural que quiere vencer al olvido.

Propuesta de valor

Recuerdo Férreo es una estrategia transmedia que a su vez es la prueba piloto de un marco de trabajo replicable.

Este se validará para ser usado a futuro por otros proyectos e iniciativas que busquen colaborar con comunidades de territorios específicos para la promoción de la memoria colectiva, a partir de la apropiación social del patrimonio cultural.

No estamos haciendo un evento o un proyecto más. Estamos creando un marco de trabajo que permita replicar la experiencia en otros patrimonios culturales de interés para las comunidades como pueden ser los arrieros, los trapiches o las letras de Tomás Carrasquilla.

Mercadeo y relaciones

Hay entes dispersos trabajando de manera desarticulada por la apropiación de la memoria cultural respecto al ferrocarril en Antioquia. Nosotros, desde nuestra estrategia de mercadeo, queremos ser los rieles que unen a esas estaciones dispersas que hemos agrupado en dos categorías: aliados estratégicos y financiadores.



1. Aliados estratégicos: son todos aquellos que hacen contribuciones en especie al proyecto. Estos pueden ser claves en etapas y procesos como:

Convocatoria:

Buscamos a entidades, marcas y personas que nos posibiliten usar sus redes de contacto y canales para convocar a las personas a asistir a los encuentros.

Logística:

Con aliados logísticos, nos referimos a todos aquellos que hacen aportes materiales en especie o en disposición de servicios como pueden ser transporte o préstamo de un espacio.

Divulgación:

Cisneros y Santo Domingo son dos municipios de Antioquia ubicados en la región del Nordeste. Según datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística, Dane (2018), ambos suman una población de unos 18 696 habitantes, de los cuales solo el 27 % tiene acceso a internet en el primero y 7.5 % en el segundo.

Por eso, es clave el contacto con personas que hagan perifoneo, canales institucionales de las alcaldías, medios de comunicación comunitarios y voz a voz de los habitantes de Cisneros y Santo Domingo a través de motivadores de la conversación como afiches en tiendas.

Asesores:



Queremos tener una red de aliados profesionales técnicos y académicos que nos apoyen en la realización y revisión de contenidos, evaluación de la estrategia y asesoramiento para la construcción del marco de trabajo.

2. Financiadores: son todos aquellos que hacen contribuciones económicas al proyecto. Estos pueden ser:

Recursos propios:

Dinero que aportan los promotores del proyecto al mismo. Se espera que este impulso se dé solo en la etapa de estudio, diseño y factibilidad.

Contratos:

Vínculos contractuales específicos con entidades y organizaciones interesadas en la realización de la totalidad del proyecto o de actividades puntuales.

Ejemplo: la casa de la cultura de Cisneros contrata al grupo promotor para que el *Vagón del Correo del Tren dormido* quede por algún tiempo expuesto en su sede.

Patrocinios:

Convenios con personas, entidades o marcas para apoyo económico al proyecto a cambio de publicidad.

Ejemplo: el café que demos en los encuentros puede ser de una marca específica que nos patrocine la impresión de la totalidad de contenidos.

Convocatorias:



Postulaciones que hace el grupo promotor a iniciativas del sector público o privado relacionado con el sector cultural.

Ejemplo: Convocatoria de Estímulos Ministerio de Cultura, Crea digital, Convocatoria de Estímulos del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia.

Actividades clave:

Recuerdo Férreo tiene tres fases con las siguientes actividades clave:

Fase 1 | Embarque

- Campaña de expectativa.
- Difusión de la convocatoria.
- Selección de participantes para los *Cafés del Recuerdo Férreo* (si aplica, según proceso de convocatoria).
- Notificación de seleccionados (si aplica, según proceso de convocatoria).
- Convocatoria pública para asistentes ocasionales (si aplica, según proceso de convocatoria).
- Mapeo y definición de alianzas.

Fase 2 | Recorrido

- Realización de los *Cafés del Recuerdo Férreo*
- Lanzamiento de estrategias digitales.
- Recolección de material de entregables.
- Recolección de material para el marco de trabajo.



- Venta de *merchandising*.
- Convocatoria pública para asistentes ocasionales.

Fase 3 | Llegada

- Edición del material de entregables.
- Difusión y circulación de los entregables.
- Informes finales.
- Evaluación de la estrategia.
- Consolidación de documento marco de trabajo.
- Difusión y circulación del documento marco de trabajo.
- Relaciones públicas para difusión.

¿Qué debe dejar el proyecto?

Como estrategia transmedia este proyecto busca promover entre las comunidades de Cisneros y Santo Domingo la apropiación de la memoria colectiva existente sobre el antiguo Ferrocarril de Antioquia.

El marco de trabajo derivado de su implementación busca crear una ruta para replicar dicha estrategia en otros contextos similares para la promoción social del patrimonio cultural.

Mediante una rúbrica respaldada por sistemas de registro audiovisual y escrito, vamos a determinar si los *Cafés del Recuerdo Férreo* promueven una apropiación del patrimonio cultural por medio de la memoria colectiva y o actividades propuestas desde una perspectiva de comunicación - educación. Así se detalla en el capítulo 8 de este documento.



Plan escalable:

Esta combinación marco de trabajo - estrategia transmedia es sostenible y escalable en el tiempo en la medida que:

- Puede ser replicado en el mismo territorio con el mismo caso de estudio (EJ: Ferrocarril de Antioquia) con participantes diferentes.
- Puede ser replicado en el mismo territorio con otro caso de estudio (EJ: cultura arriera en Cisneros).
- Puede ser replicado en otros territorios con el mismo caso de estudio (EJ: Ferrocarril de Antioquia en Medellín o Puerto Berrío).
- Puede ser replicado en otros territorios con otros casos de estudio (EJ: cultura silletera en Santa Elena).
- Puede ser licenciado, alquilado o vendido el diseño del marco de trabajo o la estrategia para que personas distintas a los proponentes lo ejecuten.
- Puede cederse con derechos una licencia de uso a algunas comunidades para que lo usen con los casos de estudio que consideren pertinentes.

5.4. Estrategia de divulgación y promoción

- **Estrategia de divulgación (tanto para los *Cafés del Recuerdo Férreo* como para cada uno de los vagones):**
 - *Digitales*: circulación de piezas digitales en los grupos de Whatsapp en las localidades y de públicos afines, pauta en Facebook invitando a los *Cafés del Recuerdo Férreo*, pauta en Google que lleve hacia el *Hub* (SEM), campañas de adquisición de seguidores, pautar en YouTube el trailer presentación del proyecto. Hacer cuñas radiales en emisoras locales.
 - *Análogas*: “volantear” en Cisneros y pueblos aledaños la invitación a los *Cafés del Recuerdo Férreo*, pegar dichos volantes en sitios públicos visibles, perifoneo días previos al evento, pauta en emisoras locales.



- **Autodivulgación:** los mismos participantes y *Colaboradores* (como jubilados y evocadores) invitarán por medio del “voz a voz” a sus conocidos. Interacción y conversación orgánica que se genere en Facebook a partir del contenido publicado y el hashtag *#RecuerdoFérreo*

- **Circuitos académicos y culturales:** *marketing* de afiliados y relacionamiento estratégico con alcaldías locales, colectivos culturales (regionales), instituciones educativas, museos y fundaciones. Divulgación antes y durante los *Cafés del Recuerdo Férreo*.

- **Estrategias de**
 - **Contenidos:** Más que ilustraciones, se busca que el contenido esté compuesto por fotos antiguas y grabaciones que existan del ferrocarril, además de las grabaciones que les hagamos a los *Colaboradores*. Lo anterior, con el fin de generar cercanía con el usuario.
 - **Participación:** Al ser un proyecto colaborativo, propiciar espacios de participación es fundamental. El contenido se enriquece paralelamente con la participación tanto de los *Colaboradores* como de los *Creadores*.
 - **Servicio:** Propiciamos el espacio para que cada usuario satisfaga sus necesidades. Por ejemplo, los jubilados pueden contar sus memorias y sentirse escuchados, es allí cuando ponemos el proyecto y el marco de trabajo al servicio de la sociedad. De otro lado, la actividad da visibilidad a las organizaciones comunitarias y culturales que se vinculen a la misma.
 - **Pedagogía:** El desarrollo del marco de trabajo, que viene después de la experiencia, y el repositorio quedan a disposición del público como elementos pedagógicos y como derroteros para ejercicios similares de este tipo.



5.5. Presupuesto

Los valores que se presentan en el presupuesto estimado para el desarrollo y la implementación de *Recuerdo Férreo* se definen a un periodo de 2 años y se estiman tomando como referencia valores del mercado actual (octubre de 2022).

El presupuesto se presenta como adjunto en el capítulo 9 de este documento²⁸.

5.6. Cronograma

En el cronograma se contemplan las actividades desarrolladas a lo largo del plan de estudios de la Maestría en Comunicación Transmedia, principalmente²⁹.

El cronograma se presenta como adjunto en el capítulo 9 de este documento.

5.7 Roles de proyecto transmedia

A continuación se plantean los roles dentro del equipo profesional requerido para el proyecto³⁰:

Product Owner - Productor ejecutivo

Funciones

- Define los requisitos.
- Mide resultados del proyecto.

²⁸ El documento de presupuesto está disponible en este enlace: <https://bit.ly/3U1R3pR>

²⁹ El documento con el cronograma se encuentra disponible en este enlace: <https://bit.ly/3fezlul>

³⁰ En el capítulo 8 se expone la estructura organizacional desarrollada para la implementación del proyecto, como trabajo de grado del programa de maestría en Comunicación Transmedia.



- Representa a los usuarios del producto.
- Busca y asegura los recursos financieros para desarrollar el proyecto.
- Analiza la viabilidad del proyecto.
- Garantiza tiempos de entrega.
- Aprueba los entregables de cada fase del proyecto.

Scrum máster - Productor transmedia

Funciones

- Distribuye funciones al equipo.
- Elimina impedimentos.
- Establece fechas de entrega.
- Garantiza el correcto desarrollo y cumplimiento del proyecto.
- Trabaja directamente con el productor ejecutivo.
- Vela por el cumplimiento de la metodología y su correcta aplicación.
- Mantiene contacto directo con los públicos del proyecto.
- Es responsable del desarrollo transmedia y del diseño y ejecución de la experiencia narrativa.

Scrum team - Equipo de proyecto transmedia

- **Especialista en usabilidad y accesibilidad**

Funciones

- Analiza el comportamiento de los usuarios en las funciones planteadas: digitales y análogas.
- Hace seguimiento a la satisfacción de la experiencia del usuario y vela porque esta sea lo más alta posible.



- Supervisa el mejoramiento de la experiencia del usuario.

- **Arquitecto de información y experiencias**

Funciones

- Organiza la información de manera clara y posible para que el usuario pueda encontrar fácilmente lo que está buscando.
- Conoce bien la interacción entre productos y usuarios.
- Interpreta la estrategia diseñada y la transforma en un esquema: *journey map*.
- Identifica posibles problemas en la comunicación producto-usuario.
- Propone ideas para mejorar la experiencia del usuario.

- **Director y coordinador creativo**

Funciones

- Creación del universo narrativo del proyecto.
- Reparte roles en cuanto a la creación de guiones.
- Monitorea, evalúa y corrige la creación del material.
- Se encarga de presentar la propuesta creativa al cliente y de ajustarla en caso de ser necesario.
- Crea y edita contenidos audiovisuales.

- **Director de mercadeo**

Funciones



- Orientar y supervisar la creación y puesta en marcha del plan de mercadeo.
- Asignar y supervisar el uso del presupuesto de mercadeo.
- Coordinar el trabajo del equipo de mercadeo.
- Comunicación del plan de mercadeo.
- Hace labores de investigación de la competencia.
- Identifica actores que puedan apoyar de algún modo el desarrollo del proyecto, según el modelo de sostenibilidad planteado.
- Idea, planifica y ejecuta labores de promoción.
- Crea conciencia de marca y posicionamiento de la misma en torno al proyecto.
- Supervisa la estrategia de mercadeo en redes sociales y de contenidos.

- **Estrategia de contenido**

Funciones

- Investigar y proponer objetivos a corto, mediano y largo plazo.
- Crear mapas de contenidos.
- Diseñar y planificar contenidos a partir de los insumos derivados de los *Cafés del Recuerdo Férreo*.
- Elaborar cronograma de producción de contenido.
- Monitorear la producción de contenidos para que esté alineada con la del equipo.

- ***Community manager***



Funciones

- Administrar las redes sociales del proyecto.
- Generar parrillas de contenidos alineadas con el diseño, producción y planificación de la estrategia de contenidos.
- Subir contenidos que mantengan la vigencia del proyecto y generen conversaciones entre la comunidad de seguidores.
- Redactar descripciones, *copies* y textos alineados con la estrategia.
- Generar y evaluar métricas a partir de lo publicado en las redes.

- **Diseñador web**

Funciones

- Establecer las necesidades que se satisfacen en el sitio web.
- Crear la línea gráfica y funcional del sitio web.
- Aplicar criterios de usabilidad y accesibilidad.
- Planificar, desarrollar y diseñar elementos gráficos *online*.
- Adelantar labores de posicionamiento de SEO para el proyecto.

- **Analista métricas UX**

Funciones

- Replicar e investigar los diferentes recorridos que puede tener un usuario en el sitio web.
- Optimizar los posibles recorridos de los usuarios en el sitio.
- Analizar mapas de calor.
- Recopilar datos para detectar y comprender las necesidades y habilidades de los usuarios.



- Crear informes que expliquen el funcionamiento y las interacciones de los usuarios con el sitio web.

- **Estrategias marco de trabajo**

Funciones

- Investigar bases teóricas para sustentar el marco de trabajo.
- Diseñar los sistemas de evaluación y registro que sustenten la construcción del marco de trabajo.
- Proponer un marco de trabajo replicable, sometido a evaluación y a actualizaciones periódicas.

5.8. Propiedad intelectual: derechos y licencias

Los objetivos de *Recuerdo Férreo* apuntan al fortalecimiento y la apropiación de un patrimonio público. De otra parte, la meta de construir un marco de trabajo replicable es la principal evidencia de que esta es una iniciativa con valor histórico y potencial educativo.

Por estas, entre otras razones, este es un proyecto al que no le asiste ánimo de lucro y no renuncia a las gestiones que otorguen las garantías que coadyuvan a su sostenibilidad y el respeto por los derechos morales implicados en su desarrollo e implementación, especialmente los que corresponden a la autoría de las personas involucradas.

Estos criterios definen el sistema de cesiones, licencias y titularidades implicados en el proyecto:

- **Cesión de materiales de archivo**



Los *Colaboradores y Creadores* que deseen compartir archivos personales otorgan al equipo de *Recuerdo Férreo* los derechos de uso de estos materiales en el marco de la estrategia, de la cual conocen que es de interés público, que concuerda con fines educativos y no tiene ánimo de lucro.

Mediante una cesión de derechos³¹, estas personas otorgan dichos permisos de uso con la debida atribución y garantizan que tienen los derechos y autorizaciones para compartir estos materiales bajo las condiciones ya señaladas, en caso de que tales archivos les hayan sido entregados en custodia.

- **Cesión de derechos de imagen durante la experiencia:**

Mediante su registro, las personas participantes en los *Cafés del Recuerdo Férreo* autorizan el uso de su imagen y datos personales para los fines establecidos en el proyecto y bajo las condiciones ya señaladas. Esto con el propósito de utilizar sus testimonios y las grabaciones u otros registros de los mismos en la elaboración de los contenidos previstos, así como para incluirles en las plataformas digitales señaladas, como el grupo de Whatsapp y de Facebook.

Esta información se comparte con los asistentes durante la conducción de la *Casa del Maquinista*.

Especialmente, a todas las personas asistentes a estos espacios se les invita a registrarse usando un formato en el que se les informa de dicha cesión³² a la cual también apunta el texto de una pieza que se fijará en los recintos donde se adelanten los *Cafés del Recuerdo Férreo*³³.

³¹ El formato de cesión de derechos está disponible aquí: <https://bit.ly/3NbsrrR>

³² El documento de registro puede verse en el siguiente enlace: <https://bit.ly/3FfERNE>

³³ El texto de la pieza citada es el siguiente:

Descargo de responsabilidad

Una cordial bienvenida



En el sitio web, el usuario que tenga interés en compartir cualquier tipo de material lo hará mediante un formulario que facilite la cesión bajo las condiciones referidas.

- **Licenciamiento para los contenidos producidos en el en desarrollo de la estrategia:**

En concordancia con todo lo anterior, se ha previsto el uso de licencias Creative Commons (2022) para el uso de los contenidos derivados de la estrategia, específicamente la modalidad de Atribución - No comercial - Compartir igual:



Esta licencia permite a otros distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir de los contenidos de la estrategia de modo no comercial, siempre y cuando se de crédito y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones (Creative Commons, 2022).

Esta forma de licenciamiento facilita los procesos de expansión narrativa, entre otras dinámicas propias de una estrategia transmedia.

Esta es una actividad con fines académicos y pedagógicos, que pertenece a un proyecto sin ánimo de lucro. En ella se efectuarán grabaciones y fotografías de registro. Con su presencia en la misma y/o inscripción, usted autoriza la recolección de estos materiales y su eventual divulgación con fines no comerciales, como parte de las actividades del proyecto Recuerdo Férreo, renunciando de ese modo a cualquier pretensión económica sobre los mismos.

Los responsables de la misma se comprometen al tratamiento de los datos personales y los registros audiovisuales, según lo establecido por la Ley 1581 del 17 de Octubre 2012 para la protección de datos personales. Cualquier actualización, modificación o solicitud en relación con la misma, puede comunicarlo al personal a cargo o formularlo al correo electrónico recuerdoferreo@gmail.com



Lo anterior sobre la base de que los contenidos desarrollados en el marco de la estrategia *Recuerdo Férreo* son creaciones de interés público que pueden usarse a título de ilustración de la enseñanza, condición que es compatible con las excepciones contempladas por el artículo 10 del Convenio de Berna (al cual adhirió Colombia mediante la Ley 46 de 1979) para el uso de obras sin autorización de sus autores, siempre con la debida atribución.

- Elementos del proyecto susceptibles de registro

Ante la Universidad Eafit el proyecto queda en el repositorio institucional y se acoge a lo establecido por la jurisprudencia colombiana y las normas institucionales de propiedad intelectual. El nombre, los elementos gráficos y otros asociados al proyecto *Recuerdo Férreo* como marca están sujetos al estudio de viabilidad para su registro con el apoyo de profesionales.

- Derechos morales y patrimoniales sobre el proyecto

Según se establece para los derechos morales, su titularidad irrenunciable corresponde a los 9 creadores originales del proyecto en proporciones iguales y comprenden tanto el proyecto *Recuerdo Férreo*, como el marco de trabajo que se deriva del mismo.

El equipo gestor acuerda disponer de igual modo frente a la titularidad de los derechos patrimoniales. Si un miembro del equipo desea hacer usufructo de alguna parte del proyecto o de su totalidad, debe contar con la aprobación de los 9 creadores originales de manera individual y documentada.

De cara al proyecto y en caso de controversias u otras situaciones relativas a los derechos morales o patrimoniales sobre el proyecto, el equipo gestor faculta a Joaquín Alonso Gómez Meneses como primer respondiente y principal interlocutor en representación del equipo para disponer de tales derechos para actividades de cualquier fin.



6. Especificaciones de diseño

6.1. Investigación visual y concepto

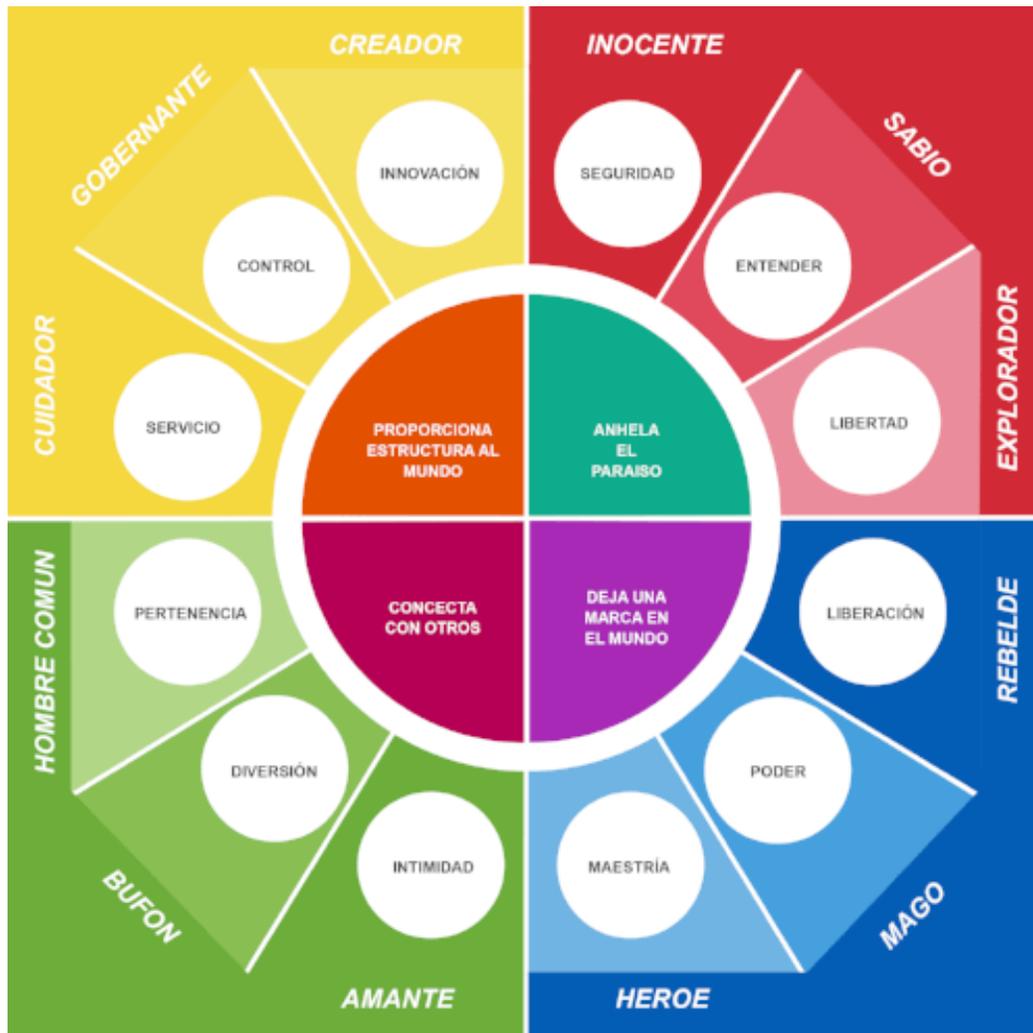
Con el reto de crear una marca alusiva a la memoria colectiva en torno a un hecho histórico y social, se desarrolla un *brand book* con especificaciones del tratamiento visual del proyecto y las recomendaciones al aplicarlo en los diferentes componentes análogos y digitales que constituyen la experiencia.

Desde la selección de colores, el desarrollo del *keyvisual* y la construcción del proyecto como marca, se acude a la teoría de los arquetipos de Carl Jung (Jung, Murmis, 1981) para definir una categoría predominante dentro del proyecto.

Figura 24³⁴

Arquetipos Carl Jung

³⁴ La imagen es una representación de los arquetipos de Jung (Ecdisis Studio, 2020).



Para *Recuerdo Férreo* se determina que el arquetipo predominante es el del sabio, descrito como un sujeto que siempre está en busca de la verdad, analítico, perfeccionista y amante del conocimiento (Jung, 2015); rasgos que son favorables a los objetivos del proyecto.

Sobre estas y las demás consideraciones planteadas en este documento, con el apoyo de expertos en branding se desarrolló la identidad visual del proyecto, sintetizada en



un manual de marca³⁵, del cual se presenta a continuación una selección de fragmentos clave:

Figura 25

Dimensiones del logo



Figura 26

Paleta de color

³⁵El manual de marca de Recuerdo Férreo puede consultarse completo en este enlace:
<https://bit.ly/3SNqYt2>

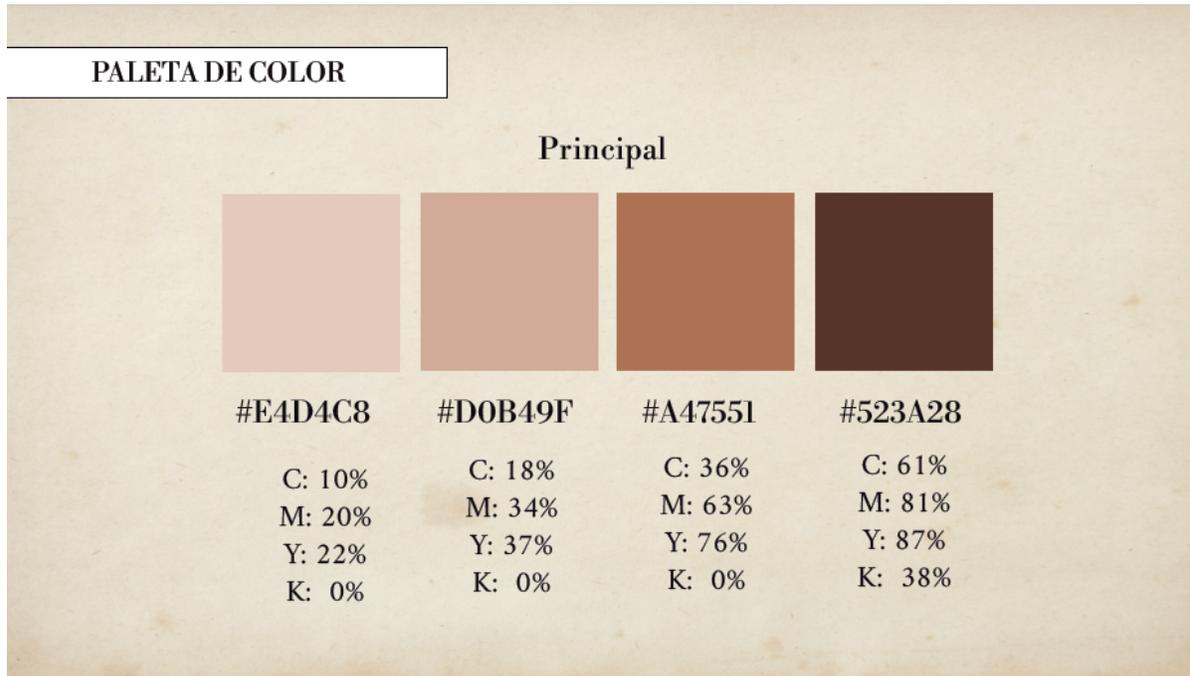


Figura 27

Tipografías

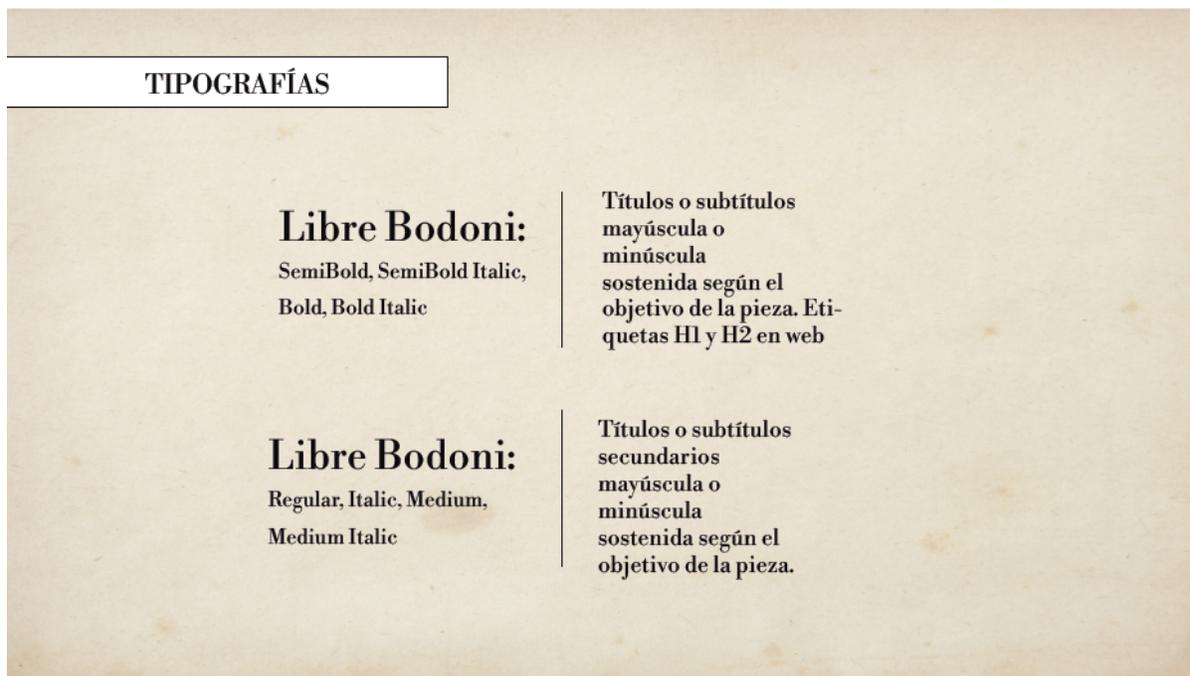




Figura 28
Aplicación en digital



6.2. Prototipado (diseño de información)

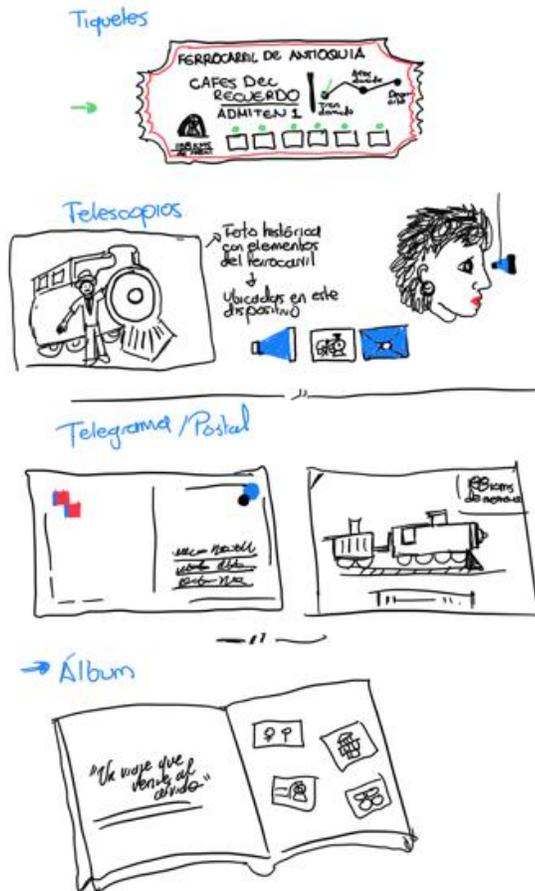
Para la evaluación de la experiencia con el usuario se elaboran prototipos de los productos del espacio de la *Casa del Maquinista*. Por su carácter temporal, requerían validación de manera más urgente y por eso se les dio prioridad.

Inicialmente se realizaron ilustraciones de aquellos productos concebidos para este espacio del proyecto y dichas ilustraciones se presentan como prototipos de baja. De esta manera, tanto los usuarios como los integrantes del *Recuerdo Férreo* tuvieron una idea del aspecto que estos elementos tendrían en etapas posteriores del proyecto.

Figura 29



Prototipado de imprimibles



Tras un primer examen por parte del equipo del proyecto, algunos prototipos se descartaron y otros se mejoraron para un ejercicio de validación con los usuarios en una experiencia práctica.

Los prototipos objeto de esta primera evaluación fueron los siguientes:

Figura 30

Tiquete de ingreso a la experiencia versión 1



Esta pieza evoluciona y se convierte en un objeto para el juego del *Vagón del Correo*. Su propósito es registrar la pérdida de puntos karma. Gracias a la evaluación, se ajustó para quedar así³⁶:

Figura 31

Tiquete de puntos, *Vagón del Correo* - tiro



³⁶ Los tiquetes pueden visualizarse completamente al seguir este enlace: <https://bit.ly/3FpJBak>



Figura 32

Tiquete de puntos, *Vagón del Correo* - retiro



6.3. Escenarios de uso (diseño de interacción)

El diseño de los espacios partió de un boceto que se relaciona con la creación de los *journey maps* del usuario, en una etapa posterior, los cuales se detallan en el capítulo 4 de este documento.

Figura 33

Journey map experiencia *Cafés del Recuerdo Férreo*



Las propuestas de instalación espacial para la fase de implementación están basadas en los anteriores bocetos. Dichas propuestas priorizan aspectos distintos, según los objetivos del espacio. Por ejemplo, el diseño de la *Casa del Maquinista* prioriza la proyección sin ruidos ni interferencias de los videos que le dan el tono y la atmósfera emotiva a la conversación, en relación con aspectos técnicos del montaje que es necesario facilitar: que se puede acceder fácilmente a un micrófono para dirigirse al auditorio, que el ruido esté controlado y que el público, conformado especialmente por personas mayores, tenga espacios amplios y despejados para circular.



El *Vagón del Correo* tiende a ser más complejo pues hay que entenderlo como una interfaz de juego cuyos puntos deben reconocerse en su naturaleza y sentido. Así, por ejemplo, se requiere un espacio íntimo y silencioso para la grabación de audio, un espacio iluminado y con buena composición para la grabación de video o la toma de fotografías, una buena recepción para la taquilla.

Es necesario evaluar también qué elementos del espacio pueden aportar a la narrativa de la experiencia: una ventana por ejemplo puede permitir que los jugadores entreguen las cartas como si fuese un servicio postal real. Se trata además de una manera de resolver los requerimientos de diseño que se basa en las sinergias y la colaboración de actores involucrados.

Al entender el espacio como interfaz de juego es de vital importancia tener cuidado con el sistema de señalización y los llamados a la acción, debe tenerse en cuenta ponerlos en puntos calientes, es decir, simular los posibles recorridos de los jugadores para identificar hacia dónde lleva la mirada, hacer las señales visibles y explorar los llamados a la acción que refuercen el tipo de acciones que se hacen en cada espacio.

A su turno, el *Vagón Tolva* debe estar cerca a los puntos de entrada o salida de la experiencia para que los participantes puedan asociarla constantemente con los productos que estén a su disposición e incluso la de transeúntes que deseen adquirir los productos.

El desglose que compone el diseño de la instalación de los espacios se detalla en un documento desarrollado para la fase de implementación y ajustado una vez terminadas estas labores³⁷.

Figura 34

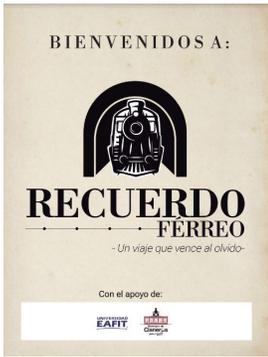
Instalación del espacio

³⁷ El documento con los detalles de las instalaciones en los espacios puede verse en este enlace: <https://acortar.link/j8Ps89>



Figura 35

Desglose diseños para la instalación de los espacios

Nombre	Utilidad /Interacción	Vagón al que pertenece	Visualización
<p>Pendón con el logo del proyecto</p>	<p>Le da la bienvenida al usuario a la experiencia.</p>	<p>Todos</p>	 <p>Enlace a la pieza completa³⁸.</p>

³⁸ El pendón con el logo del proyecto puede verse en este enlace: <https://acortar.link/HQIxCR>



<p>Pendón con la descripción de los Vagones</p>	<p>Informa sobre la finalidad de cada parte de la experiencia.</p>	<p>Todos</p>	 <p>Enlace a la pieza completa³⁹.</p>
<p>Pendón con las redes sociales del proyecto</p>	<p>Informa al usuario sobre las redes sociales del proyecto e invita a seguirlas.</p>	<p>Todos</p>	 <p>Enlace a la pieza completa⁴⁰.</p>
<p>Pendón Vagón Tolva</p>	<p>Indica al usuario que se encuentra en el Vagón Tolva.</p>	<p>Vagón Tolva</p>	

³⁹ El pendón con la descripción de los vagones puede verse en este enlace: <https://acortar.link/HQlxCR>

⁴⁰ El pendón con las redes sociales del proyecto puede verse en este enlace: <https://acortar.link/HQlxCR>



			Enlace a la pieza completa ⁴¹ .
Postales	Objeto del juego (los jugadores pueden enviar postales) y a la vez mercancía para vender en el <i>Vagón Tolva</i> .	<i>Vagón Tolva / Vagón del Correo.</i>	 <p>Enlace a la pieza completa⁴².</p>
Adhesivos evaluables	Identifican ante el sistema de evaluación y registro a los usuarios que serán evaluados.	Todos	 <p>Enlace a la pieza completa⁴³.</p>
Adhesivos no evaluables	Identifican ante el sistema de evaluación y registro a los usuarios que no serán evaluados.	Todos	 <p>Enlace a la pieza</p>

⁴¹ El pendón del *Vagón Tolva* puede verse en este enlace: <https://acortar.link/bzXTIL>

⁴² Las postales pueden verse en el siguiente enlace: <https://acortar.link/7ltrGu>

⁴³ El diseño de estos adhesivos puede verse en el siguiente enlace: <https://acortar.link/Qf2Xlg>



			completa ⁴⁴ .
Señalética	Identifica los diferentes puntos de interacción de la interfaz de juego. Algunas son llamados a la acción que evidencian lo que el jugador puede hacer en cada punto.	<i>Vagón del Correo</i>	 <p>Enlace a la pieza completa⁴⁵.</p>
Mapa	Va mostrando el avance del juego. Es allí donde se activan las estaciones hasta despertar al tren.	<i>Vagón del Correo</i>	 <p>Enlace a la pieza completa⁴⁶.</p>
Tiquete de juego	En él se consignan los puntos karma (puntos de olvido) que el jugador tiene que perder para adquirir una estación de tren.	<i>Vagón del Correo</i>	 <p>Enlace a la pieza completa⁴⁷.</p>
Estaciones para el mapa	Se entregan a los jugadores una vez perdieron sus puntos karma.	<i>Vagón del Correo</i>	 <p>Enlace a la pieza</p>

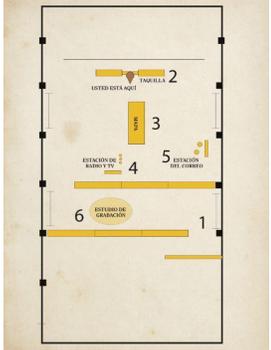
⁴⁴ El diseño de estos adhesivos puede verse en el siguiente enlace: <https://acortar.link/Qf2Xlg>

⁴⁵ El diseño de estas señales puede verse en el siguiente enlace: <https://acortar.link/LX0cCs>

⁴⁶ El diseño del mapa puede verse en el siguiente enlace: <https://acortar.link/pgLEBQ>

⁴⁷ El diseño de los tiquetes puede verse en el siguiente enlace: <https://acortar.link/ookX8W>



			completa ⁴⁸ .																		
<p>Mapa de la interfaz</p>	<p>Permite ubicar al jugador en la interfaz de juego.</p>	<p><i>Vagón del Correo</i></p>	 <p>Enlace a la pieza completa.⁴⁹</p>																		
<p>Sistema de puntos</p>	<p>Informa al jugador de las acciones que puede hacer y cuántos puntos karma representa cada una de ellas.</p>	<p><i>Vagón del Correo</i></p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>ACCIÓN</th> <th>PUNTOS DE OLVIDO</th> <th>SI ESCOGES ESTA ACCIÓN VE AL...</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>HACER UN DIBUJO QUE EXPRESÉ LO QUE REPRESENTA EL FERROCARRIL PARA MÍ.</td> <td>2</td> <td>UBICACIÓN 2 DE MAPA, ESTACIÓN DEL CORREO.</td> </tr> <tr> <td>ENVIAR UNA POSTAL</td> <td>2</td> <td>UBICACIÓN 5 DE MAPA, ESTACIÓN DEL CORREO.</td> </tr> <tr> <td>GRABAR UN VIDEO, VA SEA: CONTANDO UNA VIVENCIA RELACIONADA CON EL FERROCARRIL, CONTANDO ALGO QUE NO SABÍAS Y APRENDISTE EN LA EXPERIENCIA, DANDO UN DATO CURIOSO RELACIONADO AL FERROCARRIL O A LA ÉPOCA.</td> <td>2</td> <td>UBICACIÓN 4 DE MAPA, ESTACIÓN DE RADIO Y TV.</td> </tr> <tr> <td>ENVIAR UNA NOTA DE VOZ EN LA ESTACIÓN DE AUDIO</td> <td>2</td> <td>UBICACIÓN 4 DE MAPA, ESTACIÓN DE RADIO Y TV.</td> </tr> <tr> <td>TOMARSE UNA FOTO EN LA EXPERIENCIA</td> <td>2</td> <td>UBICACIÓN 4 DE MAPA, ESTACIÓN DE RADIO Y TV.</td> </tr> </tbody> </table> <p>Enlace a la pieza completa⁵⁰.</p>	ACCIÓN	PUNTOS DE OLVIDO	SI ESCOGES ESTA ACCIÓN VE AL...	HACER UN DIBUJO QUE EXPRESÉ LO QUE REPRESENTA EL FERROCARRIL PARA MÍ.	2	UBICACIÓN 2 DE MAPA, ESTACIÓN DEL CORREO.	ENVIAR UNA POSTAL	2	UBICACIÓN 5 DE MAPA, ESTACIÓN DEL CORREO.	GRABAR UN VIDEO, VA SEA: CONTANDO UNA VIVENCIA RELACIONADA CON EL FERROCARRIL, CONTANDO ALGO QUE NO SABÍAS Y APRENDISTE EN LA EXPERIENCIA, DANDO UN DATO CURIOSO RELACIONADO AL FERROCARRIL O A LA ÉPOCA.	2	UBICACIÓN 4 DE MAPA, ESTACIÓN DE RADIO Y TV.	ENVIAR UNA NOTA DE VOZ EN LA ESTACIÓN DE AUDIO	2	UBICACIÓN 4 DE MAPA, ESTACIÓN DE RADIO Y TV.	TOMARSE UNA FOTO EN LA EXPERIENCIA	2	UBICACIÓN 4 DE MAPA, ESTACIÓN DE RADIO Y TV.
ACCIÓN	PUNTOS DE OLVIDO	SI ESCOGES ESTA ACCIÓN VE AL...																			
HACER UN DIBUJO QUE EXPRESÉ LO QUE REPRESENTA EL FERROCARRIL PARA MÍ.	2	UBICACIÓN 2 DE MAPA, ESTACIÓN DEL CORREO.																			
ENVIAR UNA POSTAL	2	UBICACIÓN 5 DE MAPA, ESTACIÓN DEL CORREO.																			
GRABAR UN VIDEO, VA SEA: CONTANDO UNA VIVENCIA RELACIONADA CON EL FERROCARRIL, CONTANDO ALGO QUE NO SABÍAS Y APRENDISTE EN LA EXPERIENCIA, DANDO UN DATO CURIOSO RELACIONADO AL FERROCARRIL O A LA ÉPOCA.	2	UBICACIÓN 4 DE MAPA, ESTACIÓN DE RADIO Y TV.																			
ENVIAR UNA NOTA DE VOZ EN LA ESTACIÓN DE AUDIO	2	UBICACIÓN 4 DE MAPA, ESTACIÓN DE RADIO Y TV.																			
TOMARSE UNA FOTO EN LA EXPERIENCIA	2	UBICACIÓN 4 DE MAPA, ESTACIÓN DE RADIO Y TV.																			

⁴⁸ El diseño de estos elementos puede verse en el siguiente enlace: <https://acortar.link/3tosvu>

⁴⁹ El diseño de este mapa puede verse en este enlace: <https://acortar.link/f3XPFy>

⁵⁰ El diseño del sistema de puntos puede verse en este enlace: <https://acortar.link/f3XPFy>



<p>Reglas del juego</p>	<p>Informa sobre las reglas del juego.</p>	<p><i>Vagón del Correo</i></p>	<p>REGLAS:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. LAS ACTIVIDADES NO TIENEN ORDEN, ¡COMPLETALAS COMO QUIERAS! 2. PUEDES REPETIR LAS ACTIVIDADES QUE QUIERAS. 3. CADA ACTIVIDAD VALE 2 PUNTOS. 4. PRESENTA EL TIQUETE EN TAQUILLA CON TODAS LAS LETRAS DE LA PALABRA <i>OLVIDO</i> TACHADAS, PARA RECLAMAR UNA ESTACIÓN DEL TREN. 5. UNA VEZ TODAS LAS ESTACIONES DEL TREN ESTÉN ACTIVADAS EN EL MAPA, EL EQUIPO HABRÁ DESPERTADO AL TREN. <p>Enlace a la pieza completa⁵¹.</p>
<p>Video Trailer</p>	<p>Da la bienvenida a la <i>Casa del Maquinista</i> y presenta el proyecto.</p>	<p><i>Casa del Maquinista</i></p>	 <p>Enlace a la pieza completa⁵².</p>
<p>Video Detonador</p>	<p>Ejemplificar el ejercicio propuesto para la <i>Casa del Maquinista</i>, mediante una historia de un colaborador.</p>	<p><i>Casa del Maquinista</i></p>	 <p>Enlace a la pieza completa⁵³.</p>
<p>Video Experiencia Inmersiva</p>	<p>Ofrece al participante una referencia de los relatos que puede aportar durante el juego.</p>	<p><i>Vagón del Correo</i></p>	 <p>Enlace a la pieza</p>

⁵¹ El diseño con las reglas de juego puede verse en este enlace: <https://acortar.link/f3XPFy>

⁵² El video puede verse en este enlace: <https://acortar.link/VFTvLx>

⁵³ El video puede verse en el siguiente enlace: <https://acortar.link/O4dIMQ>



			completa ⁵⁴ .
Merchandising	<p>Proporcionar a los diferentes tipos de usuario un vínculo con el proyecto y o con el tema del mismo.</p> <p>Apoyar la difusión del proyecto a partir de la exposición de la marca.</p> <p>Se trata de objetos con el logo del proyecto, sujetos a análisis de viabilidad comercial: camisetas, mugs, botones y las postales mencionadas ya antes.</p>	<i>Vagón Tolva</i>	 

7. Especificaciones de tecnología e implementación

7.1. Definición, detalle, justificación y requerimientos de las plataformas seleccionadas

Lista de los recursos a producir

Figura 36

Tabla de especificaciones

⁵⁴ El video puede verse en el siguiente enlace: <https://acortar.link/WI3Hpl>



Función / Requerimiento	Canal	Objetivo de visualización o interacción	Plataforma propuesta o revisada por el grupo (herramienta)
Tiquete de entrada - general	Análogo	Usuario cumple con acceder a los vagones de los <i>Cafés del Recuerdo Férreo</i> .	Tiquete impreso con logotipo del proyecto, y QR.
Tiquete del juego - <i>Vagón del Correo</i>	Análogo	Usuario recorre las diferentes estaciones para perder puntos Karma.	Tiquete impreso con la palabra "Olvido" logotipo del proyecto, y QR.
Piezas de convocatoria para redes sociales	Digital	Los <i>Creadores</i> y <i>Colaboradores</i> se enteran de que se hará uno de los <i>Cafés del Recuerdo Férreo</i> .	Diseño adaptado a Facebook, Instagram y WhatsApp para publicación.
Actividad "Abordaje"	Análogo	Integrar a los usuarios. Crear lazos de confianza.	Baraja de 52 cartas para jugar el juego "memoria", que consiste en hacer parejas con la misma numeración. Cada carta lleva el logotipo del proyecto en una cara y en la otra un número con una figura que puede ser: diamante, trebol, corazón, o pica. Hoja y lapicero



			para actividad "Construyendo palabras".
Tráiler de "Recuerdo Férreo"	Digital YouTube Wordpress HotJar	El usuario entiende de qué se trata el proyecto.	Video que recoge imágenes sobre el Ferrocarril de Antioquia y sus recorridos mientras una voz en off explica de qué se trata el proyecto, cómo nació, cuál es el propósito y su pertinencia en la actualidad. Este video se proyecta con un <i>Video Beam</i> en un telón blanco.
Reglas para la conversación	Análogo	El usuario entiende la dinámica de participación del espacio.	Acuerdos escritos previamente que el conductor le explica al grupo de usuarios antes de comenzar conversación en la <i>Casa del Maquinista</i> , para que esta sea amena, respetuosa y sin interrupciones. Estos acuerdos consisten en medir el tiempo de intervención de cada participante, estar atento a lo que cada uno dice, ser respetuoso en todo momento y contar las historias sin centrarse en temas



			<p>políticos.</p> <p>Libreto.</p> <p>Explicación por parte del conductor.</p>
<p>Video detonante para Casa del Maquinista, eje Tren dormido</p>	<p>Digital</p> <p>YouTube</p> <p>Aplicación web</p>	<p>Motivar al usuario a participar despertando sentimientos de nostalgia y anhelo.</p>	<p>Video que contiene imágenes relacionadas a la desaparición del tren y algunas de las consecuencias que esto ha traído a los municipios. Al final del video aparece una pregunta detonante: ¿Qué se fue cuando el tren dejó de rodar? Se proyecta con un Video Beam en un telón blanco.</p> <p><i>Video Beam.</i></p> <p>Telón blanco.</p>
<p>Intervención del maquinista</p>	<p>Análogo</p>	<p>Iniciar la conversación entre el Maquinista principal y usuarios invitados.</p>	<p>El maquinista principal usa un micrófono para responder a la pregunta ¿Qué se fue cuando el tren dejó de rodar? y se le da espacio a los demás participantes para que intervengan por medio de preguntas o comentarios.</p>



			Micrófonos.
Estación de Café	Análogo	Amenizar la conversación y crear un ambiente de confianza.	Pocillos ecológicos con café y membretados con el logo del proyecto que circularán por el espacio después de la presentación del video detonante. Agua potable caliente. Café.
Estaciones de cocreación del Vagón del Correo	Análogo	Usuarios se quitan puntos karma haciendo las actividades de creación propuestas.	Toldos, hojas de papel, lápices, lapiceros, borradores, sacapuntas, postales impresas, cámaras, micrófonos, grabadoras de audio (<i>algunas de estas funciones se detallan más adelante</i>).
Mapa con las estaciones del Ferrocarril de Antioquia	Análogo	Usuarios arman el mapa en el <i>Vagón del Correo</i> para despertar al tren.	Impresión del mapa, diseño y armado de las estaciones.
Formulario de inscripción para la experiencia	Análoga Digital	Inscribir a <i>Colaboradores</i> y <i>Creadores</i> que participan en la	Planilla física o <i>Google Forms</i> que contenga espacio para los datos y el



		<p>experiencia de los <i>Cafés del Recuerdo Férreo</i>.</p>	<p>formato de autorización de uso de imagen y cesión de derechos.</p> <p>Hoja.</p> <p>Lapicero.</p> <p>Tableta.</p>
<p>Impresiones sistema de rúbrica</p>	<p>Análoga</p> <p>Digital</p>	<p>Evaluar el espacio y las experiencias vividas durante los <i>Cafés del Recuerdo Férreo</i>.</p>	<p>Hoja con los colores de la línea gráfica y el logotipo del tren en la parte superior. Contiene preguntas para evaluar la experiencia por medio de las preguntas o escalas definidas por el sistema de rúbrica.</p> <p>Hoja.</p> <p>Lapicero.</p> <p>Tableta.</p>
<p>Cambiavía</p>	<p>Análoga</p>	<p>Demarcar, de una manera metafórica, el cambio de vagón y hacerle un llamado a la acción a los usuarios</p>	<p>Cambiavía impreso por una impresora 3D que está ubicado en la mitad del espacio y será accionado por el maquinista.</p> <p>El cambiavía tiene el logotipo del proyecto.</p>



			Cambiavía en impresión 3D.
Señalética	Análoga	Demarcar los espacios para que los usuarios sepan dónde están ubicados los vagones y sus respectivos toldos	Impresiones en gran formato y soportes para la instalación de las mismas.
Momento de transbordo	Análoga	Explicarle a los usuarios las nuevas oportunidades de ampliar el relato, complementando y enriqueciendo su experiencia en los próximos vagones: <i>Correo y Tolva</i> .	El conductor le anuncia a los usuarios después de terminar la charla en la <i>Casa del Maquinista</i> , que pueden dirigirse al <i>Vagón Tolva</i> o al <i>Vagón del Correo</i> .
Galería	Análoga Digital Aplicación web Facebook	Ambientar el lugar y hacer que los usuarios se sientan en el Ferrocarril. Ser medio para compartir historias de otros participantes.	Los espacios tienen fotos relacionadas con la época del ferrocarril, las cuales están expuestas de dos maneras: impresas grandes pegadas a la pared alrededor de todo el espacio e impresas dentro de telescopios, los cuales están colgados del techo a diferentes alturas. Las fotos tienen fragmentos de historias contadas por otros



			<p>participantes.</p> <p>Las fotos están disponibles en una carpeta llamada "Galería" que puede ser consultada en el Hub del proyecto, a la cual se accede con el botón que lleva como nombre "repositorio".</p> <p>Este espacio está ambientado con un paisaje sonoro con sonidos del tren y música de la época.</p> <p>Fotos impresas grandes</p> <p>Telescopios con fotos</p> <p>Paisaje sonoro</p> <p>Parlantes</p>
Creación de postales	Análoga Digital	Invitar a los usuarios a expandir la narrativa por medio de la cocreación.	Postales impresas que llevan una imagen de la época y el logotipo del proyecto, las cuales están ubicadas en el <i>Vagón del Correo</i> , encima de una mesa con elementos de



			<p>papelería. Cuando el usuario termina de escribir la postal, la introduce en un buzón que está junto a la mesa.</p> <p>Las postales son escaneadas y están disponibles en una carpeta llamada "Postales", que puede ser consultada en el Hub del proyecto, a la cual se accede con el botón que lleva como nombre "repositorio".</p> <p>Plantilla de algunas postales impresas</p> <p>Lapiceros</p> <p>Lápices</p> <p>Colores</p> <p>Sacapuntas</p> <p>Borradores</p> <p>Plantilla en tableta con lápiz óptico</p>
Creación de audios	Digital Aplicación web	Invitar a los usuarios a expandir la narrativa por medio de la cocreación.	Cubículo medianamente insonorizado con un celular que tiene whatsapp. Los



	WhatsApp		<p>usuarios pueden enviar los audios al número celular del proyecto, con la longitud que quieran.</p> <p>Las audios están disponibles en una carpeta llamada "Audios" que puede ser consultada en el Hub del proyecto, a la cual se accede con el botón que lleva como nombre "repositorio".</p> <p>Celular con WhatsApp instalado para mandar los audios</p> <p>Número de celular y celular propio del proyecto donde se reciben los audios</p>
Libro de registro	Análoga	Usuarios dejan un mensaje al proyecto <i>Recuerdo Férreo</i>	Funciona como un libro de visitas. Para esto se necesita un libro con el logo impreso del proyecto y lapiceros.
Sitio web <i>Recuerdo Férreo</i>	Digital	Cumplir la función de repositorio de la participación que los	El sitio web contiene toda la información sobre el proyecto



	Aplicación web	<p>usuarios tuvieron en la experiencia presencial</p> <p>Divulgar y dar a conocer el proyecto, es decir, un canal de entrada al proyecto.</p>	<p><i>Recuerdo Férreo</i>, es también un repositorio de los <i>Cafés del Recuerdo Férreo</i> y conecta a los visitantes del sitio web con el grupo de Facebook.</p> <p>En la barra navegable tenemos los siguientes botones: Ferrocarril de Antioquia, Sobre el proyecto, <i>Colaboradores</i> y <i>Creadores</i>, Repositorio y <i>Cafés del Recuerdo Férreo</i>.</p>
Piezas para alimentar las redes sociales	Digital	Usuarios después de vivir las experiencias de los <i>Cafés del Recuerdo Férreo</i> siguen conociendo que pasa con el proyecto	Este material sale de los mismos <i>Cafés del Recuerdo Férreo</i> , de las creaciones que hacen los usuarios en el <i>Vagón del Correo</i> , o de datos generales, historias o memorias que quiera compartir el proyecto con sus públicos
Toldo de merchandising - Vagón Tolva	<p>Análoga</p> <p>Digital</p> <p>Aplicación web</p> <p>Shopify</p>	Generar recordación del proyecto por medio de la venta de mercancía.	Mesa ubicada en el <i>Vagón Tolva</i> con objetos para la venta: pocillos, camisetas, locomotoras a pequeña escala,



		<p>Impulsar a los artesanos locales apoyando la generación de trabajo por medio de la fabricación de pequeñas artesanías alusivas al proyecto.</p> <p>Generar ingresos para el proyecto vendiéndole a personas que no hacen la experiencia completa de los <i>Cafés del Recuerdo Férreo</i>, y más bien pasan por el espacio como turistas curiosos.</p>	<p>lapiceros, libretas.</p> <p>Cada uno tiene el logotipo del ferrocarril y diseños exclusivos del tren.</p>
Estudio fotográfico	Digital Análoga	<p>Generar a los usuarios cercanía con la narrativa del proyecto, creando espacios que estén ambientados y dotados de elementos que enriquecieron y caracterizaron lo que fue el Ferrocarril de Antioquia</p>	<p>Espacio en el <i>Vagón del Correo</i>. Allí, una persona del equipo está encargada de tomarle una foto al usuario con una cámara que podría ir después en el repositorio o incluso en el libro de registro.</p>
Grupo de WhatsApp “Cafés del Recuerdo Férreo”	Digital / WhatsApp	<p>Crear y alimentar una base de datos de personas interesadas en consumir el</p>	<p>QR de invitación al grupo de WhatsApp en el <i>Vagón Tolva</i>.</p>



		<p>proyecto.</p> <p>Tener un canal de comunicación directo con los usuarios de la estrategia.</p> <p>Compartir contenido referente al proyecto, al patrimonio y la memoria del ferrocarril.</p>	<p>Persona que acompañe a los usuarios en el registro del grupo.</p> <p>Grupo de WhatsApp administrado por el proyecto.</p>
<p>Sistema de registro de toda la experiencia <i>Cafés del Recuerdo Férreo</i></p>	<p>Análoga</p> <p>Digital</p>	<p>Registrar y captar datos que sirvan de análisis posterior para el proyecto, de cómo puede avanzar, puntos de mejora en cada experiencia y en general en los <i>Cafés del Recuerdo Férreo</i>.</p>	<p>La captación de registro se da por medio de fotos, códigos QR, audios y hojas de ruta que están dentro de las actividades en los vagones.</p>

7.2. Infraestructura de servicio

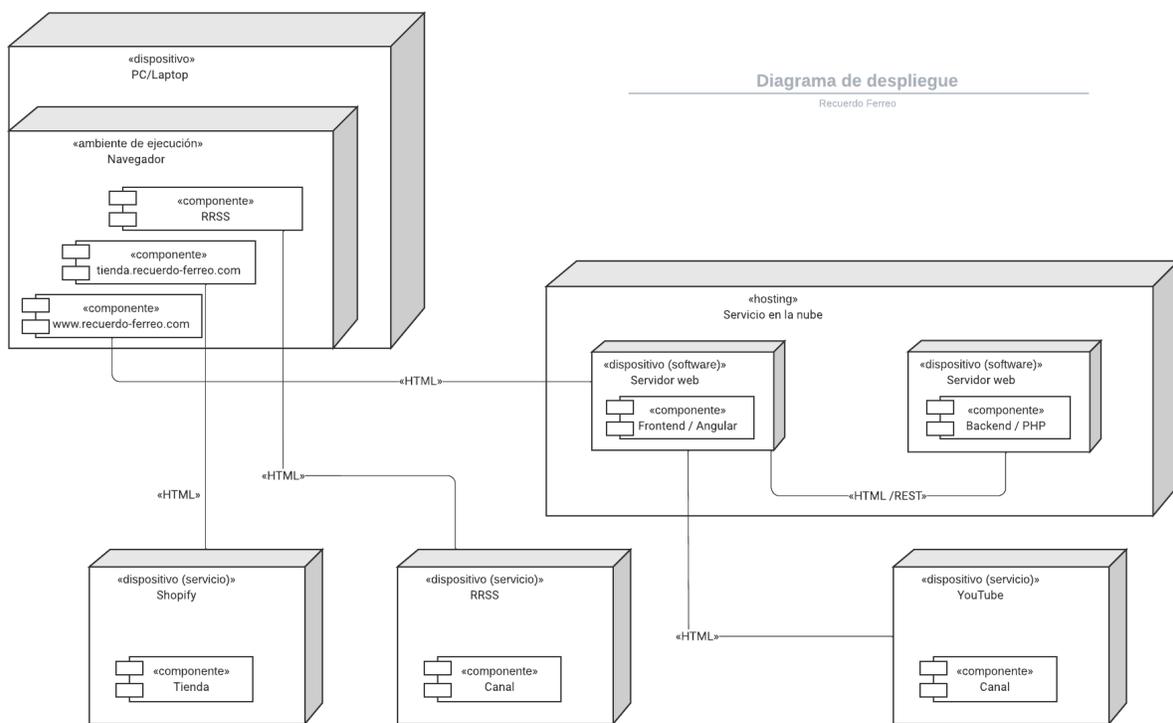
El contexto de este acápite es toda la mecánica de interacción propuesta para las distintas plataformas que conforman la experiencia, la cual se especifica en el numeral 4.3 de este documento.



El componente tecnológico en nuestra estrategia es de gran importancia y se compone de herramientas propias y de terceros. A continuación, podemos ver un diagrama de despliegue que nos ilustrará los diferentes elementos que componen la solución.

Figura 37

Diagrama de despliegue de las herramientas propuestas para nuestra solución.



Componentes de lado del proyecto

De acuerdo con las herramientas previstas, a continuación se describen los componentes que debe desarrollar o contratar la administración del proyecto.

Hosting y dominio



Si bien nuestra aplicación web es de suma importancia para la integración del ecosistema de herramientas propuesto, en lo correspondiente a su arquitectura y requerimientos técnicos no tiene una gran exigencia. Por esta razón, se propone contratar un servicio de hosting, el cual permite tener aplicaciones web del tipo *Single Page Application* (SPA) o *Progressive Web Application* (PWA). Estas tecnologías son ampliamente usadas en la actualidad y brindan beneficios importantes en la experiencia de usuario. Sumado a lo anterior, el servicio de hosting permite la creación de un *backend* en PHP y una base de datos usando *MariaDB*, lo cual es más que suficiente para nuestras necesidades.

Backend / API

Teniendo en cuenta que la creación y gestión del repositorio del proyecto es de gran importancia, se propone la creación de un *backend* que permita recopilar, organizar, catalogar y poner a disposición los recursos que se irán agregando poco a poco. Este se alojará en el *hosting* descrito anteriormente y se desarrollará usando el lenguaje de programación PHP y el *framework Laravel*.

Adicionalmente, el *backend* deberá exponer una API REST, la cual servirá como canal de comunicación con el *frontend* (detallado más adelante). Con su creación, se deja la puerta abierta para que en el futuro puedan desarrollarse otro tipo de aplicaciones que consuman información del proyecto, bien sea propias o externas.

Nota: Este componente solo tendrá comunicación con otros sistemas por medio del API mencionado anteriormente.

Frontend

De cara al usuario y al equipo humano de nuestro proyecto encargado de la gestión del repositorio, se contará con una interfaz web del tipo *Single Page Application* (SPA).



Estas son aplicaciones web que tienen un comportamiento similar a sus homólogos de escritorio y buscan minimizar al máximo el número de peticiones, conservando elementos o componentes comunes a todo el ambiente y cargando solo la información nueva. Lo anterior permite tener una experiencia de usuario más dinámica y fluida. Como ejemplo de esto, tenemos el correo electrónico de *Gmail* o *Google Drive*.

YouTube

El almacenamiento de recursos multimedia a nivel tecnológico representa un reto constante en términos de almacenamiento, transferencia de red, administración de recursos, accesibilidad, etc. Por esta razón, se propone usar *YouTube* como plataforma para almacenar nuestros videos y vincular estos a la página web para su consumo.

Esta propuesta nos da beneficios en dos sentidos:

1. Nos permite ahorrar los costos asociados a la gestión de audio y video.
2. Al tiempo que se alimenta la aplicación web, se alimenta el canal en YouTube.

Shopify

Esta es una plataforma externa que nos permite la creación de una tienda virtual en mediante la cual se puedan comercializar los productos asociados a la estrategia. Con este servicio nos ahorramos la creación, administración y mantenimiento de una solución similar. En adición, la plataforma nos permite exponer un API que podemos consumir desde nuestro *backend*. Esto es importante porque deja la puerta abierta para, en un futuro, robustecer nuestro ecosistema agregando funcionalidades o integrando nuestros diferentes procesos.

Redes sociales



Dado que el proyecto contará con presencia en redes, es importante resaltar que estas, a nivel tecnológico, no se integrarán con los servicios descritos anteriormente. Si bien la estrategia de comunicación puede incentivar la compra de artículos, el consumo de contenido en nuestro repositorio y demás dinámicas de interacción que inviten al usuario a saltar de una plataforma a otra, las plataformas no estarán interconectadas.

Componentes de lado del usuario

Acceso por medio de navegador

De cara al usuario, nuestros servicios digitales se accederán por medio del navegador de preferencia, sin necesidad de instalar un aplicativo.

En el caso de las redes sociales, se accede por los medios dispuestos para ellos desde la casa matriz de cada una de estas.

Dominio principal: www.reuerdo-ferreo.com

Por medio de este dominio podemos acceder al aplicativo o sitio web descrito anteriormente como **Frontend**. Aquí los usuarios podrán consumir los recursos dispuestos en el repositorio. Además, los miembros del proyecto podrán hacer labores de administración y mantenimiento.

Tienda: tienda.reuerdo-ferreo.com

Por medio de este subdominio los usuarios podrán encontrar los productos disponibles para la venta y realizar el procesos de compra.



7.3. Gobierno del proyecto

Desde el ecosistema tecnológico de nuestro proyecto tenemos tres usuarios, los cuales están implicados dentro de la estructura prevista para el proyecto en el capítulo 5 de este documento y cuyos perfiles se describen a continuación.

Personal de apoyo tecnológico

Comprende a los miembros del proyecto cuya función será, en un primer momento, la creación del ecosistema descrito anteriormente. Y en un segundo momento, deberá velar por el correcto funcionamiento de este. Finalmente, serán los encargados de realizar labores de mantenimiento y actualización.

Personal administrativo

El proyecto tendrá personas encargadas de la publicación del contenido y administración de la información del repositorio. Además, estarán encargados de la gestión de la tienda.

Personal de redes sociales

Estas serán personas encargadas de la gestión de nuestras redes sociales.

Usuarios

Las personas interesadas en el proyecto podrán registrarse en nuestro sitio web. Los beneficios de esto son:

- Recibir actualizaciones de eventos, contenido y noticias en general.
- Por medio de este perfil se podrán registrar en futuras experiencias.



- Realizar acciones de compra en nuestra tienda.

Visitantes

Los visitantes se definen como todas aquellas personas que acceden a nuestro sitio web o nuestra tienda, pero, al no contar con una cuenta de usuario, no es posible su identificación. Estas personas podrán ver el contenido abiertamente, pero no podrán interactuar con él, y así mismo, no podrán recibir actualizaciones de ningún tipo.

8. Evaluaciones y resultados

En el propósito de proponer un marco de trabajo a partir de la experiencia con *Recuerdo Férreo*, es determinante el papel del sistema de registro y evaluación propuesto para todo el proyecto.

Este sistema está desarrollado en tres fases progresivas, ejecutadas con los usuarios objetivo para la *Casa del Maquinista*, el *Vagón del Correo* y el *Vagón Tolva*, antes y durante la implementación piloto: las dos primeras se hicieron de manera previa, con el fin de corroborar la pertinencia del proyecto y probar los prototipos análogos y digitales para mejorarlos. La última evaluación, más compleja y detallada, se realizó después de que los usuarios completarán la experiencia en las dos implementaciones de prueba, con el fin de tener un panorama general sobre las percepciones en torno a ella y la efectividad de los elementos que la componen.

8.1 Evaluación preliminar

La primera evaluación se realizó por medio de entrevistas virtuales a *Colaboradores*, incluyendo a jubilados del antiguo Ferrocarril de Antioquia y a evocadores. A partir de una explicación breve del proyecto, estas personas respondieron preguntas enfocadas en conocer sus opiniones con respecto a la conversación en la *Casa del*



Maquinista, la toma de datos al inicio de la experiencia, los canales digitales de comunicación y el logo del proyecto.

Síntesis de resultados

Este primer ejercicio permitió establecer un panorama más claro de lo que representa el proyecto para los usuarios que corresponden al perfil *Evocadores*, quienes destacaron la pertinencia del proyecto y el valor que tiene hablar sobre el ferrocarril en Antioquia, pues en poblaciones como Cisneros y Santiago específicamente, el tren fue un tejedor de historias cuya presencia permeó la vida cotidiana de los habitantes. Les emociona saber que hay generaciones jóvenes que están interesadas en revivir la memoria colectiva en torno al asunto mediante proyectos como este.

La *Casa del Maquinista* fue el único momento evaluado y tuvo un buen recibimiento, principalmente porque les llama mucho la atención a los usuarios que dentro de la conversación se incluya a jubilados de las empresas ferroviarias, aspecto por el cual perciben este como un espacio generador de conocimientos y de memorias. Estuvieron de acuerdo en compartir sus datos y el contenido creado, pues el propósito es su difusión. En lo correspondiente al logo, reconocieron la relevancia de los elementos que lo componen, especialmente el túnel, por ser representativo de la historia ferroviaria de Antioquia. Esta evaluación preliminar basada en entrevistas⁵⁵, aportó indicios⁵⁶ que facilitaron ajustes y refuerzos para fases posteriores.

8.2 Evaluación con prototipos baja y media

Una segunda evaluación se adelantó mediante un grupo focal conformado por *Colaboradores* (evocadores y jubilados), en complemento con entrevistas individuales con personas pertenecientes al perfil *Nuevas generaciones*, que son los usuarios que corresponden a la categoría *Creadores*.

⁵⁵ Los archivos con las entrevistas se pueden encontrar en este link: <https://bit.ly/3fpTH9A>

⁵⁶ El resumen detallado de la primera validación puede encontrarse en este enlace: <https://bit.ly/3zo7aFF>



Luego de recibir una introducción breve al proyecto, estas personas observaron los prototipos digitales y análogos de la *Casa del Maquinista*: tiquete de ingreso (impreso), hoja de ruta (impresa), tráiler narrativo, video detonante, moderador (conductor) y *hub* digital. Además, respondieron preguntas que permitieron captar información sobre gustos, preferencias y sugerencias para mejorar cada función de la experiencia.

Síntesis de resultados

En general, los usuarios consideran que las funciones dentro de la *Casa del Maquinista* son coherentes con las lógicas para las que fueron creadas dentro de este primer momento. Además, creen que son apropiadas para encaminar al usuario hacia la participación. La idea de los *Cafés del Recuerdo Férreo* fue bienvenida y apreciada porque a los usuarios les pareció emocionante y muy pertinente a propósito de los proyectos de reactivación ferroviaria en la región y por el valor histórico que tiene el ferrocarril en Antioquia. Es por eso que consideran que puede ser replicado en otras regiones.

Les gustó mucho la forma de presentar el ciclo temático de conversaciones a partir de la figura del tren en tres situaciones: *Tren dormido*, *Años dorados* y *Tren despierto*, pues consideran que se cubre de manera completa el impacto del ferrocarril en los municipios por los que pasó.

Hubo varias observaciones sobre el tiempo de la *Casa del Maquinista*. Por un lado, para el nivel de participación *Creadores*, el tiempo establecido es suficiente para abarcar un tema, mientras que en el caso de los *Colaboradores* que son un público más adulto, con memorias, les gustaría que esta experiencia fuera más extensa. De esta evaluación surgió un hallazgo importante sobre el desplazamiento de los usuarios, pues muchos de ellos no están dispuestos a trasladarse si no cuentan con un carro propio o alguien que les preste ese servicio sin cobro.

Acerca de los prototipos audiovisuales hubo discrepancias entre los dos públicos objetivo. Por un lado, dentro del grupo de *Creadores*, las *Nuevas generaciones* dieron sugerencias sobre el diseño de los contenidos, es decir el cómo se hicieron, mientras



que los *Evocadores* solicitaron más rigurosidad en los datos históricos que se presentan en todos los contenidos del proyecto, así como la accesibilidad a ellos, pues el nivel del audio y la duración de los textos de la pantalla debían ser mejor empleados. Sin embargo, todos consideran que estos recursos son útiles y relevantes para detonar la conversación y para apoyar al moderador.

En lo digital, el *hub* fue probado por medio de un *cardsorting* análogo y virtual que dio pistas sobre la manera en la que para los usuarios debía ser organizado el contenido, todo lo cual se tuvo en cuenta para el prototipo final.

La opinión sobre las piezas comunicacionales análogas fue similar, pues para ambos perfiles de usuarios la apariencia del tiquete sí evoca al tren, pero el tamaño es grande, la funcionalidad no es muy clara, no tiene instrucciones y tampoco representa una actividad gamificada, lo que implica mejorarlo o exponer de forma muy clara la actividad que se va a realizar con él.

Valga mencionar que estos resultados se enmarcaron en una conversación fluida, especialmente durante el grupo focal⁵⁷. Este detalle y las respuestas obtenidas de las entrevistas permitieron proyectar detalles de la experiencia⁵⁸: la dinámica de la *Casa del Maquinista* y del *Vagón del Correo*, especialmente. Esta información fue parte de los fundamentos para la fase de implementación piloto.

8.3 Evaluación implementación en campo

Las fases previas de evaluación permitieron, entre otras cosas, establecer varios derroteros para el desarrollo de la implementación piloto y su respectivo registro y evaluación, entre ellos:

⁵⁷ Los archivos visuales de las validaciones se encuentran en el siguiente enlace:
<https://bit.ly/3gWBcu4>

⁵⁸ En el siguiente enlace puede leerse un documento que contiene detalles de la segunda validación:
<https://bit.ly/3TPQwao>



- Convocatoria pública y selección de los participantes.
- Evaluación en caliente al finalizar los *Cafés del Recuerdo Férreo*.
- Evaluación final de los participantes, los promotores y los aliados.

La evaluación en esta fase, está fundamentada en una rúbrica compuesta por preguntas de enfoque mixto, segmentadas en tres apartados, cada uno asociado a los momentos que conforman la experiencia: *Casa del Maquinista*, *Vagón del Correo* y *Vagón Tolva*. Las categorías de evaluación definidas indagan, primero y desde el análisis del discurso, por los vínculos entre memoria y apropiación social del patrimonio cultural que se infieren en los aportes de los usuarios durante todas las actividades propuestas en la experiencia. En segundo orden, desde un recuento cuantitativo de la información, se establecen las funciones usadas de manera más recurrente durante la experiencia, con el fin de analizar las tendencias desde una perspectiva de comunicación - educación.

La recolección *in situ* de datos para la sistematización y evaluación alimenta un análisis observacional de los participantes (15 evaluados en Santiago y 17 en Cisneros) durante sus intervenciones debidamente registradas, tanto en la *Casa del Maquinista* como en el *Vagón del Correo*, labor complementada por una relatoría de la citada observación. En el caso del *Vagón Tolva*, los análisis están fundamentados en los comportamientos de los usuarios con los artículos ofrecidos.

Un cuestionario utilizado al final de la experiencia es la herramienta para conocer la opinión de los usuarios sobre su experiencia en los tres vagones y efectuar un análisis desde una perspectiva de comunicación - educación. Es pertinente mencionar que el clima conversacional derivado de la *Casa del Maquinista* facilitó un número importante de conversaciones con usuarios que contestaron las preguntas propuestas con total honestidad.

El marco de trabajo propuesto será depositario de los aportes derivados de todas las fases de evaluación cuyos procedimientos han permitido clasificar los hallazgos de dos maneras: aquellos de carácter metodológico con respecto a la evaluación y los hallazgos que son específicamente de la rúbrica.



Síntesis de resultados

Las condiciones de Santiago, un pequeño corregimiento desarrollado alrededor de una de las bocas del histórico túnel de La Quebra, permitieron un mayor control de la experiencia durante su primera prueba, por el tamaño de los espacios y por tener una única entrada para la cantidad de personas que llegaron a la experiencia.

En Cisneros fue más retador dirigir a todos los usuarios porque el espacio fue la antigua estación del tren, que tiene un flujo de visitas mucho mayor, sobre todo por los grupos turísticos, que tuvieron un papel muy importante en el desarrollo de las dos pruebas, porque de manera proporcional, garantizaron la concurrencia de público a las actividades; en Santiago en un recorrido más dirigido (el túnel y la estación son los puntos de llegada) y en Cisneros más en tránsito hacia un abanico más grande de planes.

Esto es importante tenerlo en cuenta como un factor que incide en la disposición de los participantes, más orientada al saldo pedagógico de la experiencia en Santiago, mientras que en Cisneros era más frecuente percibir el interés por vivir algo entretenido, prioritariamente, dejando lo educativo en un segundo plano.

De acuerdo con la estructura de la experiencia, entre los resultados de este tercer momento de evaluación se destacan los siguientes:

Casa del Maquinista

Durante *la Casa del Maquinista*, tanto en el corregimiento de Santiago como en Cisneros, los usuarios más jóvenes prefirieron escuchar que participar, pues quienes dominaron la conversación fueron los jubilados del tren y pasajeros que contaron sus historias personales en gran medida, así como las de conocidos y familiares. Quienes participaron sugirieron extender el tiempo de conversación incluso mucho más de la hora y media, tiempo que ya se había extendido a partir de los resultados en las anteriores evaluaciones.



Los análisis dan cuenta de que la apropiación y la memoria colectiva asociadas a un suceso significativo como el ferrocarril en Antioquia no se construyen a partir de un enfoque historicista, sino que se potencia desde un abordaje anecdótico, estimulado por la oralidad. La construcción de esa memoria se hace desde anécdotas que se remontan al apogeo del tren, a los *Años dorados*, lo cual permite inferir que desde la colectividad y sobre todo con fenómenos que ya no están presentes en su rutina cotidiana, hay una clara tendencia a resaltar aspectos asociados a emociones positivas (nostalgia, alegría, humor, sorpresa, principalmente) y se tratan en menor proporción hechos relacionados con la desaparición, pérdida u olvido del tren.

Vagón del Correo

En el Vagón del Correo se presentaron 7 opciones de actividades a los participantes para completar la actividad *gamificada* propuesta: se podía crear contenidos desde lo audiovisual, la imagen, la escritura y el arte. Si bien la mayoría de estas tareas fueron recibidas con interés por los usuarios, es preponderante la relevancia de los contenidos escritos dentro del espacio de creación los cuales contienen anécdotas en su mayoría personales. Es importante mencionar que fue evidente la disminución del público más adulto en esta segunda parte de la experiencia, atribuible al cansancio que pudo dejar el primer momento que terminó a la hora de tomar un refrigerio. En contraste, el grupo más joven demostró entusiasmo hacia las actividades y especial curiosidad por ver contenidos audiovisuales que jamás habían visto, sobre algo de lo que les han hablado constantemente.

Cada una de las herramientas propuestas estableció un camino de creación orientado a potenciar la apropiación y la memoria colectiva, basándose en los principios de comunicación - educación, fundamentalmente la producción de significados desde referentes cotidianos como la oralidad, la ubicación o las rutinas en las cuales intervenía el tren o su recuerdo. Mediante la producción narrativa desarrollada por los participantes se expande el relato del fenómeno histórico y trasciende a un espacio colectivo.

Vagón Tolva



El último momento de la experiencia fue el *Vagón tolva*, en el cual se ofrecieron productos de muestra, diseñados a partir de la identidad visual del proyecto y evocaban todas las significaciones de los usuarios en torno al ferrocarril como patrimonio histórico.

En ambas pruebas, el *Vagón tolva* operó en simultáneo con el *Vagón del correo*, lo cual es importante anotar para comprender especialmente dos hallazgos:

A. En el corregimiento de Santiago no hubo ventas efectivas de los productos evaluados.

B. En el municipio de Cisneros se vendieron camisetas, vasos y postales, lo que puede atribuirse en primer lugar a una mejor estrategia de comunicación orientada a las ventas por parte del equipo que desarrolló los pilotos y a un mayor tráfico de visitantes, además del poder adquisitivo de los usuarios, asociado a una mayor dinámica turística en Cisneros, un municipio con mayor población, mayor oferta de atractivos turísticos que incluso van más allá del ferrocarril.

Categorización de los asistentes

A partir de la sistematización de los datos encontrados en ambas experiencias, se elaboró una categorización de los asistentes, apoyada en conceptos de la comunicación - educación y el mercadeo, que permite describir el grado de apropiación social del patrimonio cultural que se puede inferir a partir de las actitudes de uno u otro usuario respecto al fenómeno histórico del Ferrocarril de Antioquia:

Usuario prealfabetizado: usuario que entra a la experiencia sin un acercamiento de primera mano con el patrimonio histórico (en este caso el ferrocarril en Antioquia). Pueden no tener ningún conocimiento o que este se limite a la existencia de un tren en Antioquia sin datos históricos ni relatos de otras personas, una de las razones por la cual es más probable que salga igual a como entró a la experiencia.



Usuario alfabetizado: usuarios que entran a la experiencia con algún tipo de conocimiento del fenómeno histórico, pero no tienen un conocimiento de primera mano. Los usuarios salen de la experiencia con una profundización en el conocimiento que ya tenían, complementada por relatos de primera mano, a través de la participación y escucha activa.

Usuario prosumidor: usuarios que entran a la experiencia con un conocimiento del fenómeno histórico muy amplio, tanto por datos históricos como por los relatos de otras personas. Estos usuarios salen queriendo crear contenido por fuera de la experiencia. Es decir, le dan un uso al patrimonio histórico en sus vidas.

En las muestras seleccionadas de participantes a evaluar se evidencia que la mayoría se situó en la categoría de usuarios prosumidores⁵⁹, lo cual puede atribuirse a que los territorios escogidos para las pruebas tienen un pasado en el que el ferrocarril fue protagonista. En adición, y debido a la disposición de los participantes para realizar las actividades propuestas dentro de las experiencias ofrecidas por *Recuerdo Férreo*, la apropiación social en torno al antiguo Ferrocarril de Antioquia puede haberse fortalecido⁶⁰. Esta hipótesis se analiza considerando otros elementos adicionales en la parte conclusiva de este documento.

8.4 Conclusiones

Apropiación social del patrimonio cultural a partir de *Recuerdo Férreo*

Todos los resultados y hallazgos a partir de la implementación, registro y evaluación de las dos pruebas que tuvo la experiencia creada como desarrollo principal del proyecto *Recuerdo Férreo* permiten una reflexión sobre las aristas y niveles desde los cuales puede leerse un fenómeno como la apropiación social del patrimonio cultural. De todas ellas, es importante destacar que se pudo corroborar que la cultura es algo

⁵⁹ Los archivos audiovisuales considerados en la tercera fase de la evaluación se encuentran en el siguiente enlace: <https://bit.ly/3Wj0Bhu>, las visualizaciones de los resultados también pueden verse en <https://bit.ly/3T7BonK>

⁶⁰ El resumen detallado de los hallazgos y resultados del tercer ejercicio evaluativo puede leerse en documento disponible en este enlace: <https://bit.ly/3DHjKT7>



que está vivo, se transforma y nos pertenece a todos (Querejazu, 2003). La fase piloto de *Recuerdo Férreo* demostró que la apropiación social de un patrimonio se puede describir como el proceso en el que una comunidad reconoce un patrimonio, lo valora, le da usos desde los cuales lo resignifica, en algunos casos para abrir horizontes a nuevos desarrollos comunes.

El público aceptó la propuesta de *Recuerdo Férreo*: habitar sus espacios comunes y especialmente los patrimoniales como lugares de la memoria, para experimentarlos en el presente como parte de experiencias significativas de las que puedan germinar nuevos valores asociados a la memoria colectiva.

La mayoría de las personas evaluadas participaron una vez en las actividades y bajo esa condición se sensibilizaron frente a la importancia del patrimonio cultural representado en el antiguo Ferrocarril de Antioquia. En medio de muchos matices, este puede considerarse como el nivel de apropiación promedio logrado por las actividades propuestas. Sobre esa base, es posible pensar en el diseño de una experiencia instantánea, para que sea vivida por única vez, como opción al ciclo de tres ejes temáticos descritos en el capítulo 3 de este documento.

En el libro de registro de las experiencias hay indicios de ello. Por ejemplo, Angela Patricia Yepes Pérez y Santiago Vásquez Torres, dos personas que nunca vieron el tren correr, después de vivir dos *Cafés del Recuerdo Férreo* dejaron mensajes en el libro señalando la importancia del tren para esta región.

Otras evidencias de esta lectura apuntan a que las emociones activadas por los primeros momentos de los *Cafés del Recuerdo Férreo* son determinantes en el nivel de apropiación que suscita la experiencia cuando se vive por única vez: una viuda de un pensionado ferroviario llegó hasta las lágrimas para expresar que fue muy bonito poder recordar con los demás aquellas historias que vivió su marido. En complemento, los dibujos de niños, jóvenes y adultos en el *Vagón del correo* comunican emociones como amor, asombro, tristeza, añoranza y nostalgia, relacionadas al tren.



Uno no se apropia de lo que no quiere. Para las características del proyecto resulta más que apropiado citar la frase popular “Lo que no nos cuesta hagámoslo fiesta”, que plantea que lo que no se valora no se cuida. En la ruta para que la gente valore y cuide su patrimonio, la sensibilización es clave y mediante las emociones, Recuerdo Férreo allanó ese camino durante la implementación piloto.

Por medio de las emisiones y de otras formas de encontrarse en los espacios comunes y patrimoniales, hay una suerte de actualización del patrimonio a través del ejercicio de memoria colectiva. De este modo se renueva la importancia de preguntas enfocadas hacia cómo resignificar los espacios o qué papel tienen en la construcción de memoria colectiva.

En torno a cuestiones como esa, este proyecto aporta elementos que probablemente no son nuevos, pero sí resulta novedosa la forma en que concurren, gracias a la participación del público en un relato colectivo al poner en valor sus propias historias y las emociones y significaciones ligadas a las mismas, para constituir una nueva forma de conocimiento que, por fuera de la visión oficial e historicista y desde los imaginarios personales, familiares y comunales, se convierten en factores de cohesión en torno a la memoria colectiva.

Un encuentro de conversación colaborativa como el de la *Casa del Maquinista* permite intercambiar conocimientos, formas de hacer y relacionarse, entre otras cosas. Valga señalar que dicho intercambio es posible a partir del valor que se le da a ese objeto de cambio: alguien que habla valora y ofrece su historia, mientras alguien que escucha también valora y la recibe en su propio acervo, y con la consciencia de que se conecta con el del otro y de ese modo el mundo de ese sujeto se expande.

En el diálogo en torno al tren hay una resignificación de lo acontecido, lo que conlleva una profundización de los conocimientos que además se acentúa cuando hay elementos de ese acontecimiento que perviven, ya sea mediante una imagen, un espacio o un relato oral, que mantienen los procesos de producción simbólica que, desde una perspectiva de comunicación - educación, pueden entenderse como una apropiación social del patrimonio cultural.



Bajo esta lectura adquiere particular significado la participación de las *Nuevas generaciones* que escucharon relatos de los protagonistas de esta memoria colectiva, pero que también fueron mensajeros de sus propios antepasados al aportar a la experiencia las historias que heredaron en las conversaciones con sus mayores. En las conversaciones emergieron relatos comunes o secretos que no se encuentran en los libros de historia, los cuales sorprendieron y emocionaron de manera particular a los más jóvenes a quienes las actividades interactivas les permitieron reconocer con más claridad que esas historias constituyen conocimientos que es importante conservar y ese reconocimiento fue posible porque las actividades les permitieron sentir y expresar esas historias como suyas, como algo que aman incluso, sin el temor de ser descalificados en modo alguno.

Las dinámicas del *Vagón del correo* y el *Vagón tolva* hacen posible esta apropiación y la consecuente expansión de la memoria colectiva en torno al tren y su respectivo relato, gracias a un usuario prosumidor que orgánicamente “contamina” el patrimonio cultural al apoyarse en él para generar contenidos y, con ellos, nuevos aportes a la memoria colectiva.

También en este escenario aparece el papel clave de los recintos patrimoniales, como espacios que propiciaron una conversación e interacción en torno a la memoria colectiva con alcances como los descritos, porque además convocan al público y por eso tienen un gran potencial en la construcción del tejido comunitario, con la participación no solo de los locales.

A partir de la implementación piloto de *Recuerdo Férreo* quedan preguntas sobre otros niveles de apropiación social del patrimonio cultural, adicionales a la sensibilización. Por ello es importante estudiar cuáles pueden ser esos nuevos alcances y definir una escala que sirva como referencia para diseñar nuevas experiencias que estén fundamentadas en los avances de las iniciativas precedentes, con la comunidad como protagonista o gestora autónoma de procesos de creación.

En ese propósito son apreciables los logros en términos de relaciones e incluso el entusiasmo activados por el desarrollo exitoso de las actividades. *Recuerdo Férreo* puede ayudar a sostener el trabajo comunitario en torno a la memoria colectiva si se transforma en un nodo de producción de conocimiento en torno a este asunto, que



saque provecho, por ejemplo, del valor educativo que tiene el relato colectivo en torno al antiguo Ferrocarril de Antioquia.

¿Para que se evidencie la apropiación del patrimonio cultural debe haber un ejercicio constante? ¿Puede haber apropiación en un tiempo corto? Otra posibilidad se esboza a partir de los impactos descritos por la vivencia de los *Cafés del Recuerdo Férreo* por única vez, abren la posibilidad a pensarlos para dar contenido a espacios como ferias, eventos y actividades educativas ya sean formales o no.

La experiencia del equipo del proyecto con iniciativas similares permite resaltar que es difícil llegar al nivel de apertura en la participación y disposición a la cocreación que logró *Recuerdo Férreo* con un solo encuentro. Esto demuestra su pertinencia. Sin embargo, no se puede desestimar el alcance de un trabajo sostenido, más por los atributos y características del proyecto, mediante las cuales se explica cómo éste puede promover niveles más altos de apropiación, si se piensa en los *Cafés del Recuerdo Férreo* como ciclos en los que se surtan los diferentes ejes temáticos propuestos: *Tren dormido*, *Años dorados* y *Tren despierto*, como se describe en el capítulo 3 de este documento.

Que tanto la aplicación instantánea como la que se haga de forma sostenida con *Recuerdo Férreo* planteen posibilidades distintas frente a los objetivos del proyecto, constituye una de las consideraciones fundamentales para el desarrollo de proyectos similares y un ejemplo de la pertinencia de que a partir de este caso se fundamente un marco de trabajo que, según lo que se recoge en estas conclusiones, serviría no solo para elaborar otros proyectos similares, sino como derrotero para la autogestión comunitaria en torno a la apropiación social de su patrimonio cultural.

8.5 Hacia un marco de trabajo con proyectos transmedia para la apropiación social del patrimonio cultural

De la implementación piloto de *Recuerdo Férreo* se deriva una serie de consideraciones, detalladas y sustentadas en un informe que, a modo de artículo de investigación se desarrolló como parte del proyecto⁶¹. Las mismas están basadas

⁶¹ El texto del artículo propuesto se puede leer en el siguiente enlace: <https://bit.ly/3UbReP6>



en los resultados de las evaluaciones, que se sintetizan antes en este mismo documento y que se detallan en sus correspondientes anexos.

Los principios comunes de un marco de trabajo para un proyecto transmedia orientado a la apropiación social del patrimonio cultural están determinados en gran medida por la narrativa del proyecto, más precisamente, por la forma en que se estructura, que debe ser consecuente con los alcances previstos para el citado propósito.

El contexto geográfico es uno de los principales aspectos cuyo conocimiento es requerido para el desarrollo del marco de trabajo que sustenta la estrategia, pues incide en los esfuerzos de alfabetización que requieran los usuarios para participar en ella y tiene impacto en las tareas de evaluación.

En este aspecto se ejemplifica la importancia de categorizar a los usuarios de acuerdo con sus presaberes en relación con el asunto del proyecto, como un insumo importante para el análisis de sus actitudes y, en general, de todos los resultados que se obtengan.

Es por lo anterior que, a pesar de que una experiencia enmarcada dentro de un proyecto transmedia tenga múltiples momentos, cada uno de ellos debe funcionar como unidad con sentido completo, para darle aplicabilidad según los intereses y otros rasgos de los usuarios o su contexto.

No obstante lo anterior y siendo fundamental la participación de los usuarios que se manifiesta de modos tan diversos y que requieren tanto análisis como una decisión de compra en el *Vagón tolva*, por ejemplo, es clara la importancia de buscar ejercicios sostenidos, con lo que se propicia mayor alcance y profundidad.

Es así como los desarrollos deben ser progresivos, escalables y flexibles, con objetivos claros y concordantes con los alcances de cada instancia, lo cual es particularmente importante cuando la misma comunidad es la gestora de sus proyectos.



Este escenario corresponde a la última instancia de una escala de niveles de apropiación social del patrimonio cultural que el equipo de *Recuerdo Férreo* plantea a partir de esta experiencia. En general, dicha escala debe desarrollarse para cada proyecto y en nuestro caso, ella comienza por la visibilidad de los relatos que componen la memoria colectiva y constituyen el patrimonio cultural, sigue con la motivación de la comunidad objetivo para priorizar y hacer visibles sus necesidades al respecto, continúa con la colaboración en torno a esa memoria como conocimiento y culmina con este elemento como base de proyectos y procesos autogestionados.

Es por ello que los proyectos deben propender por la instalación de herramientas en los liderazgos comunitarios que generen un clima favorable a desarrollos como los citados. En general, el marco de trabajo debe estar dirigido a actores que cumplan papeles de gestión, social cultural y comunitaria, bajo la premisa de “hazlo tú mismo” y de una manera altamente detallada, a partir de una lectura analítica y un contacto sostenido con el contexto del proyecto a desarrollar, lo que facilita su expansión o replicabilidad.

9. Adjuntos

En este capítulo se recopila todo el material adjunto de este proyecto y se enlaza a la página en la que se puede encontrar en su respectivo pie de página.

1. [Mapa de categorías claves de la investigación](#). Páginas 7 y 8
2. [Arquetipos de usuario](#). Páginas 38 a 52
3. [Resumen de los vagones que componen los Cafés del Recuerdo Férreo](#). Página 62.
4. [Journey maps](#). Páginas 86 a 89
5. [Hub](#). Páginas 92 y 93
6. [Usuarios](#). Página 100



7. [Presupuesto](#). Página 110
8. [Cronograma](#). Página 110
9. [Formato de cesión de derechos](#). Página 116
10. [Documento de registro de usuarios](#). Página 116
11. [Manual de marca](#). Página 121
12. [Tiquetes del juego](#). Página 125
13. [Documento con el detalle de las instalaciones en los espacios](#). Página 128
14. [Enlaces a las piezas usadas en las experiencias](#). Páginas 129 a 135
15. [Entrevistas a usuarios](#). Página 155
16. [Resumen detallado de la primera validación](#). Página 155
17. [Archivos visuales de cada validación](#). Página 156
18. [Detalles de la segunda validación](#). Página 157
19. [Visualización de datos Vagones de la experiencia](#). Página 161
20. [Validación 3 Implementación con todos los usuarios](#). Página 162
21. [Artículo científico para muestra de resultados](#). Página 166

10. Referencias

- Abad, M. I., Castillo, P. y González, P. (2019). *Ausentes teatros* [exposición interactiva]. Piñón de oreja. <https://pinondeoreja.com/ausentes/ausentes-teatros/>
- Alegría, L., Acevedo, P., & Rojas, C. (2018). Patrimonio cultural y memoria. El giro social de la memoria. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 34, 21-35. <https://www.redalyc.org/journal/459/45959602003/>



Alfaro Moreno, R. M. (1999). Culturas populares y comunicación participativa: en la ruta de las definiciones. *Escribanía: comunicación, cultura, región*, 3, 3-14. <https://revistasum.umanizales.edu.co/ojs/index.php/escribania/article/view/2927>

Álvarez, J.M. (1999). *El sonido del tren*. Serie La Franja [serie de televisión]. Ministerio de Cultura, Tiempos modernos Cine y TV.

Aparici, R. (Coord.) (2003): *Comunicación educativa en la sociedad de la información*. UNED, Madrid.

Audiovisuales (1999). *De la esperanza al ocaso*. Herencia: una serie con los monumentos nacionales [serie de televisión]. Audiovisuales, Ministerio de Cultura.

Beltrán, F. (2005). *Travesías de las organizaciones educativas (y otros desórdenes)*. Valencia: Germanía.

Bermúdez, J. A. (2021). *El Ferrocarril de Antioquia. El dispositivo museográfico como agente activador de la memoria histórica*. [Trabajo de grado, Instituto Tecnológico Metropolitano] <http://hdl.handle.net/20.500.12622/5138>

Berrío, F. (2012). *El hacedor de imanes* [documental para televisión]. Telemedellín. Recuperado de: <https://telemedellin.tv/documentales/el-hacedor-de-imanes/>

Betancur, B. Zuluaga, C. (1995). *El tren y sus gentes*. El Navegante Editores.

Bravo, J.M. (1974). *Monografía sobre el Ferrocarril de Antioquia*. Instituto para el Desarrollo de Antioquia, Empresas Departamentales de Antioquia, Secretaría de Educación y Cultura del Departamento.



Cáceres, M., Cuenca, J. (2015). Educomunicación del patrimonio. *Educatio Siglo XXI*, 1(33), 33 - 54. <http://rabida.uhu.es/dspace/handle/10272/15987>

Chaparro F. (2003). *Apropiación social del conocimiento, aprendizaje y capital social*. [Ponencia] Simposio Internacional sobre Ciencia y Sociedad. Medellín, Colombia: Universidad de Antioquia. Recuperado de: <https://cmapspublic2.ihmc.us/rid=1HPOC7ML6-1BSFXDZ-814L/apropiaci%C3%B3n%20social%20chaparro.pdf>

Creative Commons (2022). *About CC Licenses*. <https://creativecommons.org/about/ccllicenses/>

Correa, J.S. (2012). El Ferrocarril de Antioquia: empresarios extranjeros y participación local. *Estudios Gerenciales*, 28(123), 149-166. <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v28n123/v28n123a10.pdf>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (2018). *Censo nacional de población y vivienda*. <https://sitios.dane.gov.co/cnpv/#/>

De Oliveira Soares, I. (2009). *Caminos de la educomunicación: utopías, confrontaciones y reconocimientos*. Nómadas.

Dematei, M. Ferrer, A. SMITH, Piaggio, L. (2022). *Cuentos de viejos* [documental colaborativo transmedia]. Señal Colombia, Piaggio Dematei, Hierro. Recuperado de: <https://cuentosdeviejos.com/que-es-cuentos-de-viejos/>

Ecdisis Studio, (2020). ¿Qué son los 12 arquetipos de marca? Recuperado de: <https://ecdisis.com/que-son-los-12-arquetipos-de-marca/>

Estrada, O. (1998). *Sobre rieles*. Serie Recorridos [serie de televisión]. Telemedellín, Ministerio de Cultura, Nickel Producciones.



Freire, P. (2005). *Pedagogía del oprimido*. Siglo XXI, México.

Gallego, L. (1986). *El tren de los pioneros* [película]. Compañía de Fomento Cinematográfico - Focine, Maya Televisión, Instituto para el Desarrollo de Antioquia - IDEA, Ferrocarriles Nacionales de Colombia.

García, J., Vásquez, R., & Zapata, E. (2011). La práctica contable de principios del siglo XX en el Ferrocarril de Antioquia y la gobernación de Antioquia. *Adversia*, 9. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/adversia/article/view/11713>

Gaviria, M. (2021). *Revista del Ferrocarril de Antioquia, 1938-1946. Descripción y valoración histórica: el ferrocarril y el viaje como expresión de la nación*. [Trabajo de grado, Universidad de Antioquia] <https://bibliotecadigital.udea.edu.co/handle/10495/19175>

Gozálvez, V. y Contreras, P. (2014). Empoderar a la ciudadanía mediática desde la educomunicación. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, 42(XXI), 129-136. <https://doi.org/10.3916/C42-2014-12>

Halbwachs, M. (2004). *La memoria colectiva*. Prensas Universitarias, Zaragoza.

Jaramillo Uribe, G. (2012) Valoración patrimonial del Ferrocarril de Antioquia como itinerario cultural: apropiaciones y significaciones. *Revista Geográfica del Sur*, 4(5), 79-94. <http://www.revgeosur.udec.cl/?p=192>

Jaramillo Uribe, G. (2017) El itinerario cultural del Ferrocarril de Antioquia como escenario de creaciones y representaciones: una apuesta a su activación. *Apuntes: Revista de estudios sobre patrimonio cultural*, 30(1), 144-155. <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/revApuntesArq/article/view/21718>



Jelin, E. (2002). Los trabajos de la memoria. Siglo XXI.

Jung, C. (2015). *Los arquetipos y lo inconsciente colectivo* O.C. (Vol. 9/1). Trotta.

Kaplún, M. (Junio de 1997). De medios y fines en comunicación. *Revista Chasqui*, 58.

Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Ediciones de la Torre.

Los doce arquetipos de marca. (2020, 2 octubre). Ecdisis Estudio.
<https://ecdisis.com/que-son-los-12-arquetipos-de-marca/>

Martín - Barbero, J. (2010). Comunicación, espacio público y ciudadanía. *Folios, Revista De La Facultad De Comunicaciones, Universidad de Antioquia*, (23b), 37-51. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/folios/article/view/11800>

Masterman, L. (1983). La educación en materia de comunicación: problemas teóricos y posibilidades concretas. *Perspectivas*, 2(XIII), 191-200.

Masterman, L. (1993). *La enseñanza de los medios de comunicación*. Ediciones de la Torre, Madrid.

Mena-Méndez, D., Fernández-Arner, E. & Ferrán-Fernández, Y. (2017). Acercamiento a las mediaciones en la producción simbólica pública de Las Villas en la medianía del siglo XX. *Anagramas, rumbos y sentidos de la Comunicación*, 31(16). <https://doi.org/10.22395/anr.v16n31a1>

Minciencias (3 de octubre de 2022). *Colombia sube de posición en el Índice Global de Innovación* 2022.



https://minciencias.gov.co/sala_de_prensa/colombia-sube-posicion-en-el-indice-global-innovacion-2022

Mora, A.I. (2014) (Comp.). *Comunicación - educación en un campo de resistencias*. Uniminuto, Bogotá.

Narváz, A. (2019). Comunicación educativa, educomunicación y educación mediática: una propuesta de investigación y formación desde un enfoque culturalista. *Palabra Clave*, 22(3), 1-30.
<https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/7678>

Ortiz, J.D. (27 de marzo de 2020). Desidia oficial pudre la última locomotora a vapor del Ferrocarril de Antioquia. *El Colombiano*. <https://bit.ly/3deoNjx>

Ortegón, G. (2002). *Vuelve el tren* [programa de televisión]. CM& Televisión.

Otálora, E. (2020). *Caminos de hierro* [serie radial]. Radio Nacional de Colombia, MinTIC. Recuperado de:
<https://sitios.radionacional.co/caminos-de-hierro/index.html>

Poveda, G. (1974). *Antioquia y el Ferrocarril de Antioquia*. Instituto para el Desarrollo de Antioquia, Empresas Departamentales de Antioquia, Secretaría de Educación y Cultura del Departamento.

Prats, L. (1998). El concepto de patrimonio cultural. *Política y sociedad*, 27(1), 63-76.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=154501>

Puig, I. Padilla, A. (2006). Sonda de Exploración Ferroviaria Tripulada [proyecto de creación]. Museo Nacional de Arte, Ferrocarriles Mexicanos, CONACULTA



(Consejo Nacional para la Cultura y las Artes). Recuperado de:
<https://www.ivanpuig.net/seft.html>

Querejazu Leyton, P. (2003). La apropiación social del patrimonio. Antecedentes y contexto histórico. *Cuadernos de Patrimonio Cultural y Turismo*, (20), 41-53.
<https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/cuadernos/pdf20/articulo2.pdf>

Rypkema, D., & Mikić, H. (2015). Toward new development perspectives of cultural heritage in creative economy. En D. Rypkema & H. Mikić (Eds.), *Cultural heritage & creative industries* (pp. 7-9). Creative Economy Group Foundation. <https://bit.ly/3BFgeb3>

Robledo, M., et al (2018). *Experiencias vivenciales en los proyectos transmedia: la herramienta de los cafés tipo conversatorio en el Valle de Aburrá* [Manuscrito no publicado]. Departamento de Humanidades, Universidad Eafit.

Smith, S. (2018). Pervasive theater: New writing for new environments. *Convergence*, 3(24), 1-16. <https://doi.org/10.1177/1354856516675253>

Thompson, J. B. (1998) *Los media y la Modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Ediciones Paidós Ibérica, S.A.

Toro, B., Rodríguez, M. (2001). *La comunicación y la movilización social en la construcción de bienes públicos*. Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Recuperado de:
<https://publications.iadb.org/es/publicacion/14552/la-comunicacion-y-la-movilizacion-social-en-la-construccion-de-bienes-publicos>

United Nations Conference on Trade and Development (2022). *Creative Economy Outlook 2022*. Unctad.
https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2022d1_en.pdf



11. Bibliografía

Aparici, R. (2011). *Educomunicación: más allá del 2.0*. Editorial Gedisa.

Arévalo, J. M. (2004). La tradición, el patrimonio y la identidad. *Revista de estudios extremeños*, 60(3), 925-956.
https://www.dip-badajoz.es/cultura/ceex/reex_digital/reex_LX/2004/T.%20LX%20n.%203%202004%20sept.-dic/RV000002.pdf

Bermejo - Berros, J. (2021). The critical dialogical method in Educommunication to develop narrative thinking. *Comunicar*, 29(67). <https://doi.org/10.3916/C67-2021-09>

Betancourt, D. (1999). Memoria individual, memoria colectiva y memoria histórica: Lo secreto y lo escondido en la narración y el recuerdo. *Hojas Universitarias*, (47), 17-22.
http://editorial.ucentral.edu.co/ojs_uc/index.php/hojasUniv/article/view/1386/1441

Bonfil Batalla, G. (2004). Patrimonio cultural inmaterial: Pensar nuestra cultura. Diálogos en la acción, primera etapa, 117 - 134.
<http://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/handle/123456789/120>

Caballero, A. J., & Ponce, C. O. (2020). Narrativas transmediáticas en la apropiación social del conocimiento. *Revista Latina de Comunicación Social*, (77), 357-372.
<https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1462>

Carpentier, N. (2007). Participation and interactivity: changing perspectives. The construction of an integrated model on access, interaction and participation en Nightingale, V., Dwyer, T. (Eds.). *New media worlds* (pp. 214-230). Oxford University Press.



Coslado, Á. B. (2012). Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado. *Foro de educación*, 10(14), 157-175. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4184243>

Daza Hernández, G. (2010). Desafíos de la educomunicación y alternativas pedagógicas en la construcción de la ciudadanía. *IC Revista Científica de Información y Comunicación*, 7, 333-345. <https://idus.us.es/handle/11441/33397>

Díaz Cabeza, M. (2010). Criterios y conceptos sobre el patrimonio cultural en el siglo XXI. *Serie de materiales de enseñanza*, 1, 1-25. <https://cicopperu.files.wordpress.com/2022/07/criterios-patrimonio-cultural-siglo-xi.pdf>

García, J. L. C. (2002). Comunicación, comunidades y prácticas culturales en la cibercultura. *Razon y Palabra*, 27, año 7. <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n27/jlcampos.html>

Hernández, F. (2002). *El patrimonio cultural: la memoria recuperada*. Trea.

Hernández Terán, M. P. (2021). *Guía de acercamiento a comunidades, La co-creación y seguimiento de proyectos*. Universidad del Magdalena. <http://repositorio.unimagdalena.edu.co/handle/123456789/5933>

Hernández, Y. M. (2013). Lugares de memoria: entre la tensión, la participación y la reflexión. *Panorama*, 7(13), 97-109. <https://doi.org/10.15765/pnrm.v7i13.434>

Herrera Morales, C. A. (2005). Aplicación del enfoque sistémico en el diseño de los sistemas de transporte ferroviario de carga. *Ingeniería, investigación y tecnología*, 6(4), 299-308. <https://www.scielo.org.mx/pdf/iit/v6n4/1405-7743-iit-6-04-299.pdf>



Levin, F., Franco, M. (2007). *Historia reciente: perspectivas y desafíos para un campo en construcción*. Paidós.

Liberty, A. M. (1994). La construcción simbólica de la mente humana. *Iztapalapa: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, (35), 9-20.
<https://revistaiztapalapa.izt.uam.mx/index.php/izt/article/view/1233/0>

Longoni, A. (2015). Lugares de memoria en América Latina: coordenadas de un debate. *Errata*, 13.
<https://revistaerrata.gov.co/contenido/lugares-de-memoria-en-america-latina-coordenadas-de-un-debate>

Martínez - Salanova, E. (2017). Educomunicación. La expresión inclusiva. *Aularia. Revista digital de Comunicación*, (2), 1 - 8.
<http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/9288/Educomunicacion.pdf?sequence=2>

Martínez Vargas, E. (2021). Territorio sobre rieles: una perspectiva del desarrollo territorial desde el patrimonio. Caso de estudio del Ferrocarril de Antioquia, Colombia. [Trabajo de grado, Universidad de Antioquia].
https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/25009/1/MartinezEsteban_2021_TerritorioPatrimonioFerrocarril.pdf

Mendoza, J. (2005). La forma narrativa de la memoria colectiva. *Polis: Investigación y Análisis Sociopolítico y Psicosocial*, 1(1), (9 - 30).
<https://www.redalyc.org/pdf/726/72610102.pdf>

Moreno Benítez, M. (2002). Patrimonio cultural. Puesta en valor y uso. Una reflexión. *Vector Plus*, 20, (41 - 49).
https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/7390/1/0231633_00020_0004.pdf



Pennebaker, J. W. (1993). Creación y mantenimiento de las memorias colectivas. *Psicología Política*, (6), 35-52.

<https://www.uv.es/garzon/psicologia%20politica/N6-2.pdf>

Peñalba, J. L. (2005). Evolución del concepto y de la significación social del patrimonio cultural. *Arte, individuo y sociedad*, 17, 177-206.

<https://revistas.ucm.es/index.php/ARIS/article/view/ARIS0505110177A>

Pérez, V. G., & Pulido, P. C. (2014). Empoderar a la ciudadanía mediática desde la educomunicación. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (42), 129-136. <https://doi.org/10.3916/C42-2014-12>

Souza, C. (2013). *The combination of Educommunication and community media as a development communication strategy-a case study of the Centre of Community Media São Miguel on Air in São Paulo, Brazil* [Tesis de maestría, Universidad de Malmö] <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:mau:diva-23856>