



Estrategia de comunicación diseñada a una *narrativa tr* que fortalezca el recon

*Por: Cristian David Garzón Fonseca
Hansen David Hernández León*



unicación
a partir de
ansmedia,
ocimiento



de la

CASA MUSEO

TE

y sus
alrededores

QUEN

DA

MA



Resumen

Durante el 2013 fuimos testigos de un proyecto de restauración arquitectónica y ecológica en el imponente Salto del Tequendama. El proyecto liderado por la Fundación Granja el Porvenir, busca entre otras cosas, revivir la magia que transmitió a lo largo del tiempo este mítico y emblemático lugar, ubicado en el municipio de Soacha, Cundinamarca (Colombia) cerca de San Antonio del Tequendama, a 56km de Bogotá.

La caída del salto tiene aproximadamente unos 2.467 metros de altura (Boussingault, Jean Baptiste Joseph Dieudonné & Koppel de León, Alexander, 2011) y es sin duda una imponente maravilla natural, que no está sola, pues al frente la observa una hermosa casa de cuatro pisos, de arquitectura francesa, construida entre 1923 y 1927, por Orden del Presidente de la época, el General Pedro Nel Ospina. La casa que fue construida inicialmente para convertirse en estación central del ferrocarril de la Sabana.

Que luego funcionó como un ostentoso hotel integrado por habitaciones de primera y segunda clase, después se convirtió en un elegante restaurante y bar, pero lastimosamente, en la década de los ochenta, a causa de la contaminación del río Bogotá, la casa cerró sus puertas y fue abandonada hasta adquirir una mala reputación. En el 2012 la Fundación Granja Ecológica el Porvenir, encabezada por la médica veterinaria María Victoria Blanco, se adueñó de la casa y desde entonces ha iniciado un proceso de restauración arquitectónica, ecológica y cultural que busca convertir la casa, en museo de la biodiversidad de fauna y flora.

Alrededor del salto y la Casa del Tequendama, se instala un denso bosque de niebla, que funciona como un buen receptor de carbono y gran productor de agua y oxígeno; su ecosistema requiere de animales silvestres que se encuentran en peligro de extinción, a causa del tráfico animal, la inadecuada actividad agropecuaria y la minería ilegal. Por fortuna, la Fundación Granja Ecológica el Porvenir se ha comprometido con la conservación y el rescate del ecosistema, devolviéndole al entorno especies nativas, víctimas del tráfico animal. La fundación realiza actividades lúdicas que buscan informar a jóvenes y adultos, sobre el contexto histórico, cultural y ecológico que representa el lugar, con el fin de generar conciencia en las actuales y futuras generaciones para proteger nuestros recursos naturales, y rescatar la memoria ancestral del país.

Da el Salto
¡ Vive Tequendama !



Contenido - *Publicación Vive Tequendama*



Salto del Tequendama

Uno de los espectáculos más hermosos de Colombia, fue testigo, de un castigo impuesto, hace cientos de años por Chipchacun, un Dios Muisca, que inundó la sabana de Bogotá, a causa del mal comportamiento sus habitantes.

Generando caos en la sabana, los pobladores suplicaron a Bochica, Dios de la sabiduría, para terminar con la inundación, Bochica atendió las suplicas, rompiendo con su imponente báculo dorado, las rocas que obstaculizaban el paso del agua., salvando a los habitantes de la sabana y creando la imponente caída del Salto del Tequendama.

Tel: 311 5713890 / 310 3103818

Fundaciongep@gmail.com - Granjaecoelporvenir@yahoo.com



Da el Salto
¡Vive Tequendama!



Bosque de Niebla

Ubicado en el municipio de Soacha (Cundinamarca) el bosque de niebla, es un gran recolector de carbono y productor de agua que rodea la imponente caída del Salto del Tequendama. Estos bosques suelen crecer en climas fríos y nublados, sobre lo más alto de la montaña, sus árboles se caracterizan por la baja altitud que presentan y sus cortezas están cubiertas por Bromeliáceas, musgos y orquídeas. Es importante preservar el lugar, porque cuenta con gran capacidad de filtrar y retener agua proveniente de la lluvia y neblina, además es un buen captador de carbono y productor de oxígeno, siendo el lugar perfecto para albergar fauna y flora.

Tel: 311 5713890 / 310 3103818

Fundaciongep@gmail.com - Granjaecoelporvenir@yahoo.com

Resultado imágenes
Vive Tequendama

Nuestro compromiso como diseñadores es mostrar eficientemente el proceso educativo que realiza la Fundación Granja Ecológica el Porvenir, la historia que identifica el lugar, el patrimonio ecológico, y lo más importante, la memoria ancestral que nuestros antepasados dejaron con tanta sabiduría.

Para lograr nuestro objetivo creamos una estrategia de comunicación, a partir de una narrativa Transmedia que vincula desarrollos digitales y enlaza todos los aspectos relacionados con el Salto del Tequendama y sus alrededores. Cinco categorías son nuestra base informativa y en ellas trabajaremos para mostrar datos de interés cultural, historia, hallazgos, acontecimientos, estado actual, tanto del salto del Tequendama, como de la casa Museo, el bosque de niebla, la Fundación Granja Ecológica el Porvenir y el río Bogotá.

Realizamos un análisis DAFO, para definir tres instrumentos importantes en la ejecución del proyecto y determinar las redes sociales más utilizadas, clasificar entidades culturales que promuevan el uso de la Transmedia y comparar definiciones sobre el lenguaje y la pintura ancestral Muisca, ofreciendo un medio interactivo de información, donde jóvenes y adultos aprenderán y se apropiarán del legado histórico, ecológico y cultural, cargando de información valiosa a presentes y futuras generaciones.



Da el Salto
¡Vive Tequendama!



Rio Bogota

Es el alma de Bogotá, sus aguas que nacen en el municipio de Villapinzón, en la provincia de Almeidas, pasan por Chocontá, Suesca, Gachancipa, Chia y Cota. A pesar de recibir sustancias contaminantes en el trayecto, el río se mantiene vivo y oxigenado con un grado 4, de contaminación, al llegar a Bogotá, recibe su primera descarga, con el Río Salitre, dejándolo en un grado 8 de contaminación., luego el Río Fucha y Tunjuelito, lo terminan de envenenar. Las aguas residuales domesticas de Bogotá constituyen el 80% de la contaminación, mientras las aguas residuales industriales, de minería extractiva y escombros solo constituyen el 20%.

Tel: 311 5713890 / 310 3103818
Fundaciongep@gmail.com - Granjaecoelporvenir@yahoo.com



Da el Salto
¡Vive Tequendama!

TEQUENDAMA



Fundación Ecológica el Porvenir

A través de jornadas educativas y ambientales, la Fundación Ecológica el Porvenir, encabezada por Maria Victoria Blanco, veterinaria agropecuaria, han contado con más de 45.000 visitantes, entre niños, jóvenes y adultos, quienes realizan un recorrido cultural al interior del lugar, y son informados sobre el pasado, presente y futuro de la casa, luego personas altamente capacitadas y comprometidas con la fundación, se encargan de guiar una visita ecológica por la finca, ubicada en el Km 5.7 Vía a Mesitas del Colegio, en el Salto del Tequendama, allí se toma un registro fotográfico y audiovisual que prueba la participación de jóvenes y adultos.

Tel: 311 5713890 / 310 3103818
Fundaciongep@gmail.com - Granjaecoelporvenir@yahoo.com



Da el Salto
¡Vive Tequendama!

SALTO del

Cartel Proyecto
Casa Museo Tequendama



Palabras clave

Tequendama, diseño, Muiscas, transmedia, crossmedia, comunicación, innovación, información, pictograma, fundación, identidad, social, educación, río Bogotá, cultura, Bochica, museo, imaginario

Cuál es la mejor estrategia de comunicación que, a través de una narrativa transmedia aporte a la **recuperación del patrimonio histórico, cultural y ecológico, del Río Bogotá, el Salto del Tequendama, la Casa Museo y sus alrededores;** con el fin de incidir positivamente en el imaginario que tienen los jóvenes y adultos sobre el lugar.

PROBLEMA

Objetivos

1. Determinar lugares estratégicos, para transmitir los contenidos, a través de una narrativa Transmedia.
2. Consultar temáticas y contenidos, que involucren los lugares determinados.
3. Investigar referentes que abarquen temáticas culturales, a través de un escenario digital, evaluando el uso de Transmedia, Hipermedia y Cross-media.
4. Establecer los medios oportunos, para aplicar “social media” y utilizar plataformas interactivas, que faciliten la comunicación.
5. Generar las dinámicas interactivas, que vinculen la participación de jóvenes y adultos alrededor del Salto del Tequendama.
6. Diseñar contenidos gráficos, que se ajusten a los medios seleccionados y logren transmitir con satisfacción el mensaje inicial.

The graphic features a header with four colored icons: an orange icon of a stylized 'T', a pink icon of a tree, a blue icon of waves, and a green icon of a sun. Below this, a smartphone is shown with a QR code on its screen. To the left of the phone, there is a download icon (a square with a downward arrow) and the text 'Descarga' in a bold, sans-serif font. Below that, the text 'Nuestra publicación digital para dispositivos móviles' is written in a mix of bold and regular fonts. At the bottom of the phone screen, the Casa Museo Tequendama logo and name are visible. At the bottom of the entire graphic, there is a Facebook icon followed by the text 'Casa Museo Tequendama - www.vivetequendama.com - Casamuseo@gmail.com'.

Promocional
Publicación digital

CONTROLES DE NAVEGACIÓN

< Biblioteca

INICIO

Vuelva al inicio de la publicación y vea las ediciones disponibles.



CONTENIDO

Vista rápida y navegación dentro del contenido de la publicación.



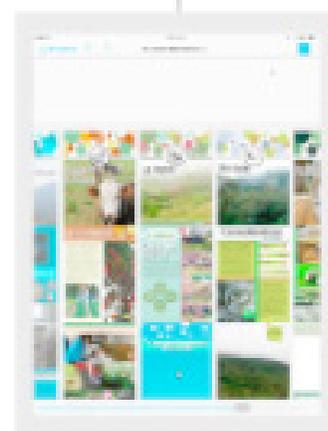
VOLVER

Vuelva al artículo que acaba de leer.



VISTA EN MINIATURA

Vista en miniatura de los artículos de esta edición.

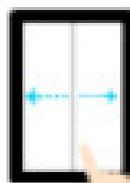


NAVEGACIÓN

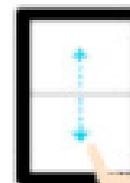
Navegue por los artículos de la revista de manera rápida.



Para iniciar, deslice hacia la izquierda.



Deslice izquierda o derecha para navegar entre artículos.



Deslice arriba o abajo para ver más contenidos.



Para acercar la imagen, deslice los dedos en sentido contrario.



Casa Museo Tequendama

La casa del Salto de Tequendama fue construida entre los años 1923 y 1927, por orden del Presidente de la época General Pedro Nel Ospina. Fue construida como estación terminal del ferrocarril del sur. Se concibió como hotel pues era tal la afluencia del público a conocer la catarata que el General, quien quería muchísimo la zona decidió emprender la magna obra. Dado que para la época recibíamos el dinero del pago por la "venta" de Panamá, se invirtieron grandes cantidades de dinero en la casa. Es eminentemente una casa aristocrática y muy elegante. Son aproximadamente 1470 metros cuadrados de construcción divididos en 5 niveles. Sus base hechas en piedra tiene más de un metro de grosor y recuerda la disposición que tienen

Contenido - *Publicación Vive Tequendama*





Conclusiones

1. Los visitantes de la Casa Museo Tequendama se encontrarán con temáticas y piezas estratégicamente diseñadas con un soporte moderno e interactivo, que los involucrará activamente con los objetivos de la Fundación Ecológica el Porvenir.
2. El uso de la paleta cromática, junto con la simbología heredada por los Muisca, son muestra de la diversidad, riqueza y vida que existe en el territorio, no solo por su relación con el entorno, sino, por el significado histórico y cultural que hay detrás de su interpretación.
3. Algunas publicaciones generadas en las redes sociales han llamado bastante la atención, por su impacto visual y la intención por recuperar el patrimonio histórico, ecológico y cultural de la región; las críticas son positivas y personas interesadas, comparten constantemente los contenidos, para que sus amigos, se enteren del proyecto y al igual que ellos, compartan la publicación.



*Merchandising
Proyecto Vive Tequendama*

4. En la más reciente visita a la Casa Museo Tequendama, evaluamos aspectos importantes en su labor, donde reconocimos la intensión de los visitantes sobre las actividades y objetivos que actualmente la Fundación realiza pero, a pesar de disponer de gran cantidad de elementos visuales, pasan desapercibidas, ya sea por su organización, o por la falta de asesoría profesional en la construcción de piezas gráficas. Esto hace que gran parte de la intervención, afecte la hermosa arquitectura francesa que presenta la fachada de la Casa Museo Tequendama.

5. Rescatar, valorar y proteger nuestro patrimonio, es fundamental para el progreso intelectual de la humanidad. Esta generación es la que más se ha interesado por preservar la vida silvestre y los recursos naturales. Por ello debemos dejar a nuestros hijos un lugar integro para vivir en equilibrio con el entorno y su historia. Nosotros somos solo un granito de arena, que busca implementar una filosofía de conservación, pero un punto de partida para las futuras generaciones.

6. A partir del resultado, podemos crear conciencia en los participantes; pero en general a todos los colombianos, que viven ajenos a los problemas socio-ambientales que sufre actualmente, no solo el país, sino el mundo entero.



Publicación Digital



Preview App
Publicación Digital

Lista de Referencias

Asinsten, J. (2014) Comunicación visual y tecnología de gráficos en computadora. Obtenido de Educ.ar: http://coleccion.educ.ar/coleccion/CD13/contenidos/materiales/archivos/comunicacion_visual.pdf.

Ayestaran, R. (2014) Branded Content y su correcta traslación al Trans-media. Obtenido de Blog de Raquel Ayestaran: <http://raquelayestaran.com/2014/04/20/branded-content-y-su-correcta-traslacion-al-transmedia/>.

Bazán, H. (2014) Los cambios en la definición de interpretación del patrimonio. Boletín de interpretación, 11-14.

Belting, H. (2007) Antropología de la imagen. Buenos Aires: Katz Editores.

Bernal Alarcón, H. (1985) Papel de la comunicación en el proceso de desarrollo. En E. Ramos López, Desarrollo y comunicación: de la teoría a la praxis (págs. 27-42). Bogotá: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.

Bianchini, A. (1999) Conceptos y definiciones de hipertexto. Caracas : Departamento de Información y Tecnología de la Computación. Universidad Simón Bolívar.

Cobo Rodríguez, P. (2006) Proyecto de investigación: <<Patrimonio visual: usos didácticos>>. En E. Almarcha, S. García, & E. Muñoz, Fotografía y Memoria: I Encuentro en Castilla-La Mancha (págs. 84-91). Ciudad Real: Centro de Estudios de Castilla-La Mancha.

de Certeau, M. (2000) Capítulo XII. Leer: una cacería furtiva. En M. de Certeau, La invención de lo cotidiano. 1. Artes de hacer (págs. 177-189). México: Universidad Iberoamericana; Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente.

Ferre Trenzano, J. M., & Ferre Nadal, J. (1996) Políticas y estrategias de comunicación y publicidad. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.

Grossberg et al, L.(2009) Media making. Mass media in a popular culture. . Thousand Oaks: 2009.

Gutierrez Pérez, R. (2012) Educación Artística y Comunicación del Patrimonio. Arte, Individuo y Sociedad, 283-299.

Hidalgo, E. (2005) Medios o democracia. El impacto de los medios de comunicación sobre la división de poderes. Buenos Aires: Ediciones Colihue.

Lawson, T., & Garrod, J. (2001) Dictionary of sociology. Chicago: Fitzroy Dearborn Publishers.

Mendoza et al, M. (2011) La interpretación del patrimonio, una herramienta para el profesional del turismo. El Periplo Sustentable, 9-30.

Ricupero, S. (2007) Diseño gráfico en el aula. Guía de trabajos prácticos. Buenos Aires: 2007..

Rubio Domínguez , P. (2006) Tema 15. Estrategia de la comunicación. En P. Rubio Domínguez, Introducción a la gestión empresarial. Fundamentos teóricos y aplicaciones prácticas. (págs. 92-98). Madrid: Juan Carlos Martínez Coll; Instituto Europeo de Gestión Empresarial.

Sanchis, G., Maestro, S., & Canós, E. (2014) I like to play de Sony Playstation. ¿Es una ironía crossmedia o transmedia? . AdComunica, 149-170.

Scolari, C. (2013) Capítulo 1. ¿Qué son las narrativas transmedia? En C. Scolari, Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan (págs. 22-58). Barcelona: Deusto.

Watson, J., & Hill, A. (2012) Dictionary of media and communication studies. Londres: A & C Black Publishers.

