



# MEMORIAS COMPARTIDAS

Sistema Producto

.....

## SISTEMA PRODUCTO

Proyecto realizado en la asignatura de Proyecto Avanzado en Diseño de Comunicación Visual durante el semestre 2023 – 1.

Aquí se explica cada uno de los elementos que compone el sistema producto del proyecto.

**Estudiante:** Laura Valentina Valencia Narváez.

**Directora de proyecto:** Diana Milena Aristizábal

**Cali, 2023 – 1**



Pontificia Universidad  
**JAVERIANA**  
Cali

### 01

**Memorias Compartidas**  
Cartilla

### 02

**Historias Cortas**  
Fanzine

### 03

**Estrategia de difusión**  
Estrategia

### 04

**Red de conocimientos**  
Redes Sociales

# CARTILLA

Es el producto principal del proyecto, es la herramienta por medio de la cual se cumple con el objetivo de transferir los conocimientos a los jóvenes y a su vez otorgarles un valor emocional que visualice su importancia.

Esta cartilla tiene los siguientes contenidos:

- Historias de vida de los adultos mayores.
- Ilustraciones.
- Tips (de acuerdo a los conocimientos).
- Restos o Actividades.

Además, es importante el uso de textos cortos y explicaciones claras, para que el usuario disfrute del producto.

Es pertinente aclarar que esta primera edición es un piloto que tiene la posibilidad de replicarse o continuarse, también puede aplicar a convocatorias y estímulos como por ejemplo la "Beca Arte y Memoria sin fronteras 2023".

Junto con la estrategia de difusión que se planteara más adelante, se podrá continuar con la recolección de historias y así mismo generar más contenidos.



## ¿Digital o impreso?

La cartilla está pensada principalmente como un producto digital, las fuentes y diagramaciones se pensaron para su uso en las pantallas digitales; sin embargo, también existe la posibilidad de realizar el producto impreso, pero esto es algo más exclusivo, puesto que tiene que pasar por un proceso de adecuar el documento al formato requerido para impresión.

Para el uso del producto en celulares se estableció una visualización por páginas y para los otros medios como tablets o computadores por pliegos para observar mejor la información.

De forma digital tiene unas medidas de:

- 600 x 800 px página.
- 1200 x 800 px pliego.

e impreso unas medidas de:

- 16 x 22 cm

y las márgenes:

- Superior: 2 cm
- Inferior: 1 cm
- Interior: 1.5 cm
- Exterior: 1 cm



Mockup de la visualización del producto digital

## Storytelling

Para hacer las historias primero se entrevistaron a los adultos mayores, se les realizaron preguntas en relación con sus gustos, su vida y sus intereses, en este caso en relación con las artes o actividades creativas.

Después se realizó un guion con los resultados de estas entrevistas, se rescató la esencia de estas personas en los textos cortos que se colocaron en la cartilla.

Al ser el adulto mayor, la fuente de estos conocimientos se le otorgó una importancia, introduciéndolos primero como personajes cercanos con apodos respetuosos que denotan cercanía.

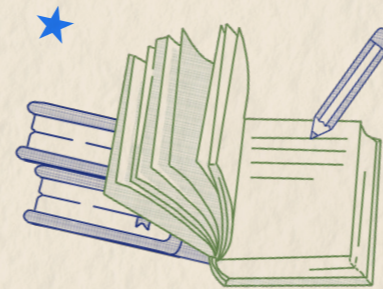
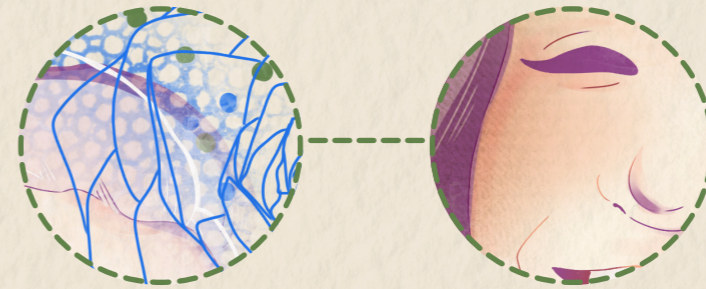
Por su parte, se incluyeron algunas frases dichas por estos adultos para caracterizar al personaje y hacer ver su forma de expresarse.

## Ilustraciones

En las ilustraciones se incluyeron distintos estilos visuales tomando como referencia proyectos analizados en el benchmarking y otros como “cuentos de Viejos”, “Abuela pasa el Dato” y elementos mencionados en las entrevistas como escribir, recortes de papel, música, coser, tejer, dibujar, pintar, etc.

Los colores que se utilizaron también cuentan con la intención de generar calma y tranquilidad en el usuario para llevarlo a sentirse cómodo y con la actitud para crear.

Detalles de las ilustraciones, aquí se ve el uso de texturas y trazos que componen la figura.



C: 80 M: 53 Y: 0 K: 0  
R: 34 G: 235 B: 219

C: 65 M: 29Y: 80 K: 13  
R: 99 G: 134 B: 76

C: 100 M: 89Y: 18 K: 2  
R: 32 G: 51 B: 130



# FANZINE

Este producto es un resumen visual de la cartilla, es decir, es un abre bocas a lo que contiene la publicación completa. Aquí se muestran solo a los adultos mayores, unos tips y un QR a otros contenidos .

Es tamaño carta y fácil de leer.



## ¿Cómo doblar?

- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 

Mockup del fanzine impreso

## QR

En las redes sociales también se deja el link de descarga para el fanzine, de modo que si el usuario quiere tenerlo puede descargarlo y doblarlo en su casa.

# ESTRATEGIA

El objetivo de la estrategia es llegar a los adultos mayores e invitarlos a compartir sus historias, recopilarlas y crear más cartillas de distintos temas de interés que puedan aprovechar los jóvenes.

El público al que va dirigido la estrategia de difusión son los adultos mayores y los jóvenes. Los adultos mayores son la fuente principal de la información, sin embargo, también se toman en cuenta a los jóvenes como un canal para llegar al adulto mayor. Esto se debe a que durante la realización de la validación del proyecto varios jóvenes manifestaron un interés por incluir las historias de sus abuelos o padres como parte del proyecto.

**Alcance:** Lo que se busca principalmente es recopilar historias de vida para tener una especie de banco de información que podrá agruparse por temáticas y continuar publicando cartillas, fanzines y alimentar las redes sociales.

Respecto a la publicación de nuevos contenidos, esto se realizará de forma trimestral ya que se dará un tiempo de 2 meses para recopilar información y 1 mes para diseñar y publicar el contenido.

## Estrategia de difusión

Se realizarán invitaciones físicas en forma de postales y stickers que se repartirán en zonas transitadas por adultos mayores o jóvenes, como, por ejemplo, plazuelas de comida, centros comerciales, universidades, colegios, pequeñas ferias o parques. De igual forma se realizarán una serie de post en redes sociales para invitar a las personas a compartir sus historias.

**Postales:** Incluirán ilustración, una invitación amigable y cercana por medio de un texto corto, y un código QR. Allí mismo se les informará que si desean participar pueden enviar sus historias por correo, redes sociales o se dejara un número de teléfono; Esto para asegurarse de que haya varios canales para que tanto jóvenes como adultos mayores puedan tener un acceso fácil.

La estrategia se plantea de esta forma teniendo en cuenta el presupuesto, ya que este es el primer paso para tomar más fuerza a largo plazo.



Mockup de las invitaciones

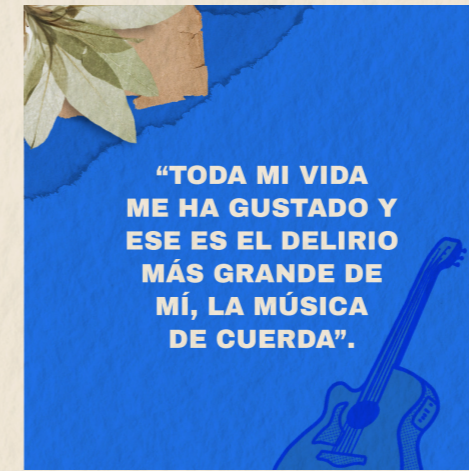
# INSTAGRAM

Las redes sociales se plantean como medio para crear conexión, interacción y promocionar el producto. Además, se pueden compartir y recopilar historias de vida.

Se creó un perfil en Instagram, siendo esta la red social preferida del usuario de acuerdo a la encuesta que se realizó durante el proceso de investigación.

Así mismo se vinculó esta cuenta a una en Facebook para también acercarse a otros adultos mayores, puesto que ellos son más cercanos a esta plataforma.

@\_memorias\_compartidas\_



Hay varios tipos de contenido como información, frases, ilustración y videos de los adultos mayores.

## Link

En la descripción del perfil hay un link que le permite al usuario ingresar a otros contenidos como:

- El fanzine imprimible
- La cartilla (PC y Móvil)
- Más información del proyecto

