



TRAVESÍAS PARALELAS  
PARALLEL JOURNEYS

VALERIA MARTÍNEZ CORREA  
TATIANA SIERRA HOYOS  
VALENTINA CASTAÑO MARÍN  
SARA MEJÍA RESTREPO

Proyecto de grado

Asesor  
Mauricio Vasquez Arias

UNIVERSIDAD EAFIT  
ESCUELA DE ARTES Y HUMANIDADES  
MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN TRANSMEDIA  
MEDELLÍN  
2024

# Travesías Paralelas





## Tabla de contenido

<b>1. Descripción General</b>	<b>4</b>
1.1. Descripción general de la idea central y la necesidad	4
1.2. Conceptos clave	5
1.3. Hipótesis del proyecto	5
1.4. Justificación	6
1.5. Objetivos generales y específicos	7
1.6. Referentes teóricos sobre los conceptos	8
1.7. Antecedentes y contexto	11
<b>2. Tratamiento / Universo narrativo</b>	<b>13</b>
2.1. Slogan / Tagline / Premisa	13
2.2. Sinopsis de la narrativa	14
2.3. Diseño de la narrativa	17
2.4. Viaje de las usuarias	23
2.5. Diseño de producción	24
<b>3. Especificaciones de negocio y marketing</b>	<b>26</b>
3.1. Objetivos Smart	26
3.2. Investigación de necesidades de usuario	27
3.3. Modelo de negocio / financiamiento o sustentabilidad	30
3.4. Benchmarking	30
3.5. Estrategia de divulgación y promoción	36
3.6. Presupuesto	42
3.7. Cronograma	42
3.8. Roles de proyecto	42
3.9. Derechos y Copyright	44
<b>4. Especificaciones funcionales</b>	<b>44</b>
4.1. Mapa de plataformas, canales y productos / contenidos	44
4.2. Journey Map	44
4.3. Detalle de las plataformas	45
<b>5. Especificaciones de diseño</b>	<b>49</b>
5.1. Investigación visual y concepto	49
5.2. Prototipado	52
<b>6. Especificaciones de evaluación</b>	<b>53</b>
6.1. Resultados de evaluación con usuarios en prototipos de baja y media fidelidad	53
6.2. Resultados de evaluación con prototipos funcionales	54
<b>7. Especificaciones de tecnología e implementación</b>	<b>58</b>
7.1. Definición, detalle, justificación y requerimientos de las plataformas	58
7.2. Gobierno del proyecto	59
<b>8. Adjuntos</b>	<b>60</b>
<b>9. Bibliografía</b>	<b>60</b>



## 1. Descripción General

### 1.1. Descripción general de la idea central y la necesidad

A lo largo de la historia los recorridos de viajeros se han implementado como una forma de conocer el mundo. Algunos de estos relatos se preservaron en la colección personal de *Viajeros* de Juan Kalb, que fue adquirida por la Universidad EAFIT en 2016 para ser puesta a disposición de los usuarios de la Sala de Patrimonio Documental. Se trata de 350 libros, 170 grabados y diversos mapas que el empresario adquirió de viajeros de todo el mundo, donde se ilustran y describen diversas regiones de Colombia y América.

Sin embargo, a pesar de los valiosos materiales bibliográficos que se pueden encontrar en esta colección, evidenciamos a través de un análisis de las estadísticas internas de la Sala de Patrimonio Documental, que en los últimos ocho años solo se ha consultado en 413 ocasiones. Esto nos permite identificar la necesidad de incrementar el reconocimiento y la apropiación de esta colección (así como de la Sala de Patrimonio Documental) por parte de la comunidad eafitense.

Asimismo, dentro de la colección son pocas las obras escritas por mujeres y por ende el número de consultas se reduce a tan solo dos desde el 2016. Lo anterior pone en evidencia un gran vacío dentro de esta colección que abre nuevas posibilidades para su enriquecimiento.

Ante este panorama, Travesías Paralelas surge como un proyecto de narrativa expandida dirigido a las estudiantes, profesoras e investigadoras de la Escuela de Artes y Humanidades, que se propone visibilizar la riqueza de los relatos de viajes escritos por mujeres, de forma articulada, con la meta de promover la apropiación de la Sala de Patrimonio Documental para crear nuevos espacios culturales en el campus EAFIT donde el disfrute de la lectura y la creación literaria fortalezcan e inspiren a las voces femeninas de la Universidad.

El objetivo es preservar las memorias errantes de las mujeres viajeras a través de un recorrido por diferentes plataformas que expanden las historias de tres escritoras presentes en la Colección de Viajeros de Juan Kalb.



Serán Carmen Arriagada, Rosa Carnegie Williams y Kathleen Romoli en compañía de Virginia Granados (un personaje de nuestra invención), quienes guíen a las usuarias por una experiencia a través de podcast, mapas interactivos, postales, cartas y diarios de viaje que les permitirán inspirarse para contar sus propias historias, participar de la creación de un archivo histórico colaborativo y pertenecer a una sociedad secreta de mujeres lectoras y creadoras, mediante la obtención de una membresía freemium que ofrece beneficios exclusivos dentro del ecosistema cultural EAFIT a los que podrán acceder una vez completen todo el recorrido.

Con estas precisiones en mente, presentamos a continuación un documento detallado del proyecto en el cual se despliegan el tejido narrativo, el journey de las usuarias, herramientas y diseño de las plataformas, entre otros elementos claves para comprender los objetivos y el alcance de Travesías Paralelas.

### **Consideraciones sobre el escalamiento y proyección de Travesías Paralelas**

Este proyecto fue diseñado en su fase inicial para impactar a las mujeres de la Escuela de Artes y Humanidades de EAFIT; sin embargo, su modelo nos permitirá en el futuro alcanzar una audiencia más amplia, al expandirse a escenarios que involucren otras bibliotecas o centros culturales.

Estos espacios podrán conectar personajes y contenidos al universo transmedia de Travesías Paralelas, al acoger nuevas voces femeninas, aportando a la creación de un archivo histórico colaborativo a nivel ciudad, propiciando una mayor participación y apropiación de la Sala de Patrimonio Documental, así como la creación de espacios inspiradores para las mujeres de Medellín.

#### **1.2. Conceptos clave**

Ficción histórica, promoción del patrimonio documental, literatura de viajes femenina, archivo histórico.

#### **1.3. Hipótesis del proyecto**

- Dinamizar la colección Juan Kalb de la Sala de Patrimonio Documental y llevarla a las usuarias a través de la narrativa expandida permitirá mayor reconocimiento y participación con este espacio.



- Disponer un espacio para que las mujeres depositen sus memorias y perpetúen su legado, visibilizará más sus relatos, incrementará su sensación de ser representadas y permitirá que otros puedan estudiarlos en el futuro.

#### 1.4. Justificación

Cómo se menciona anteriormente, la Sala de Patrimonio Documental del Centro Cultural Biblioteca Luis Echavarría Villegas, es un espacio importante para la comunidad eafitense pues alberga colecciones de sumo valor material e inmaterial, que la Universidad ha adquirido para el beneficio, tanto de sus vinculados, como del público en general.

Una de las principales falencias que se hacen visibles al revisar el material de este recinto, es la falta de autoras femeninas y la poca visibilidad que tienen las que sí están presentes.

Tras una investigación demográfica exhaustiva, fue posible evidenciar que el porcentaje de alumnas mujeres en la Universidad EAFIT es mayor en un 20% al porcentaje de alumnos hombres. Así mismo, luego de realizar encuestas entre este público femenino mencionado, queda claro que sienten la necesidad de que haya más representatividad y posibilidades de generar comunidad entre ellas.

Lo anterior es significativo para este proyecto pues valida la necesidad de darle voz y generar nuevos espacios para esta mayoría que se siente subrepresentada, tanto en las aulas de clase, como en otros espacios de la Universidad.

Remitiéndonos nuevamente a la Colección de Viajeros de Juan Kalb, apenas unos pocos de sus 350 libros son escritos por mujeres; y estos fueron consultados apenas en dos ocasiones a lo largo de los últimos ocho años. Este patrón se hace evidente incluso en el pensum de programas de la Escuela de Artes y Humanidades, como lo son el pregrado de Comunicaciones o Literatura, donde las voces femeninas son incluidas en las lecturas de clase en menor cantidad que las masculinas.

Al evaluar las cifras, es posible afirmar que hay oportunidades que podrían ser aprovechadas. Por un lado, el mejorar las estrategias de difusión del contenido de la Sala de Patrimonio Documental y, por el otro, ampliar el número de voces femeninas dentro y fuera de la Sala de Patrimonio Documental al establecer un espacio donde las mujeres podrán consignar sus vivencias y compartir en red con sus pares, mientras dejan su legado y se hacen visibles a través del tiempo.

El proyecto será pertinente pues, al evaluar el número de visitas a la Sala de Patrimonio Documental, y de consultas a su colección Juan Kalb, es clara la



necesidad de dar mayor visibilidad a este espacio; especialmente si se tiene en cuenta cuán valiosos son los objetos allá almacenados. Por otro lado, será fundamental darles mayor fuerza a los relatos de mujeres, pues son estos de los que hay menor disponibilidad y los que menos se consultan.

La narrativa del proyecto, que se apoya en conceptos clave como la ficción histórica, funcionará para promocionar el patrimonio documental y la literatura femenina, al remediar los textos de tres mujeres viajeras que rompieron con los paradigmas de su época y llevarlos a contenidos transmedia llamativos para las usuarias.

En cuanto a lo técnico, entendemos que la ubicación de la Sala de Patrimonio Documental, en el último piso de la Biblioteca, dificulta la apropiación de la misma por parte de las usuarias. Es por ello que creemos que llevar el contenido de este lugar a nuevos espacios, tanto físicos como virtuales, será útil en cuanto ampliará su difusión.

Por último, la pertinencia del proyecto no se limitará a promover las consultas a la colección de Juan Kalb, o a propiciar que los relatos escritos por mujeres viajeras se visibilicen, sino que podrá ser el piloto de un modelo (o marco de apropiación cultural) que cualquier institución podrá utilizar para la difusión de sus contenidos.

## **1.5. Objetivos generales y específicos**

### **General**

Fomentar la participación de las estudiantes e investigadoras de la Escuela de Artes y Humanidades de la Universidad EAFIT, en espacios dedicados a la literatura de viajes escrita por mujeres, utilizando una narrativa expandida con los archivos de la Sala de Patrimonio Documental del Centro Cultural Biblioteca Luis Echavarría Villegas.

### **Específicos**

- Dar a conocer los contenidos de la Sala de Patrimonio Documental de la Universidad EAFIT, específicamente de la colección Juan Kalb, para atraer un mayor público institucional a través de una narrativa expandida.
- Visibilizar y construir conocimiento en torno a los relatos de viajes escritos por mujeres.
- Desarrollar un espacio de apropiación alrededor de la Sala de Patrimonio Documental con la creación de un archivo histórico colaborativo digital.



## 1.6. Referentes teóricos sobre los conceptos

Travesías Paralelas está soportado por cuatro pilares conceptuales:

- **Ficción Histórica**

Según Paul Ricoeur "la relación entre ficción e historia es más compleja de lo que jamás pueda decirse" (P. Ricoeur, 1983). Aunque en términos muy generales la ficción histórica se define sencillamente como un género literario donde se recrea un período histórico del pasado dentro de un relato ficcional, este proyecto se adhiere al pensamiento Ricoeriano que considera ambos términos en una tensión permanente.

En su artículo *Relación entre la Ficción y la Historia*, Nilda María Flawia Fernández expone que ambas "comparten la circunstancia de ser relato, de tener su esencia en el discurso", con lo cual se desdibuja la barrera que supuestamente determina que la historia, por un lado, está basada en la verdad, y que la ficción, por el otro, en la invención; abriendo la posibilidad a problematizar la historia y también a estudiar la ficción desde una perspectiva histórica.

Toda esta línea de pensamiento se alinea con el fenómeno literario acontecido en Latinoamérica entre las décadas de los 80 y 90 llamado "Nueva novela histórica", caracterizado por la revisión crítica y re-imaginación de la historia regional por parte de autores como Fernando del Paso y Carlos Fuentes.

A su vez, la "Nueva novela histórica" participó de una puesta en crisis global de la Historia como disciplina, que tuvo lugar en los principales centros de pensamiento europeos y estadounidenses por la misma época. Estudiosos de la "Nueva novela histórica" como Fernando Aínsa, Magdalena Perkowska y María Cristina Pons coinciden en que la percepción del discurso histórico en la literatura pasa de ser una mera reconstrucción de hechos pasados para convertirse en una construcción e interpretación del pasado.



- **Promoción del patrimonio documental**

En su artículo *Concepciones Teóricas sobre promoción cultural y patrimonio*, los autores Cañete González, Mestre Gómez y Cedeño Marcillo, afirman que la promoción cultural no puede confundirse con la simple acción de divulgar o dar a conocer un determinado hecho, obra o manifestación de la cultura.

Este paradigma nos ayuda a entender la promoción del patrimonio documental como “un proceso activo, en constante actualización, dirigido a estimular y organizar a los diversos actores y agentes socioculturales para que se inserten dentro de la transformación de la realidad que comparten, teniendo como puntos de partida las bases históricas/culturales del momento y el lugar donde se conforman y desarrollan”(2015, p.3). Es así como la promoción cultural nos permite apropiarnos, elevar el valor y estudiar la cultura a través de procesos participativos y conscientes.

Por su parte, de acuerdo a las *Directrices para la salvaguardia del Patrimonio Documental* preparado por la Unesco:

El patrimonio documental hace parte significativa y concreta de la memoria colectiva de los pueblos del mundo, representando una parte importante del patrimonio cultural al ser constituido por todas aquellas manifestaciones registradas que dan cuenta de la evolución del pensamiento, de los descubrimientos y de los logros de la sociedad. Es el legado del pasado a la comunidad mundial presente y futura (Servicio Nacional del Patrimonio Cultural, s.f)

El patrimonio documental comprende una amplia gama de registros inscritos textuales y no textuales; imágenes (fijas); registros sonoros, audiovisuales y virtuales que son conservables, reproducibles y trasladables, que a través de su estudio y difusión contribuyen al conocimiento de una sociedad, un tiempo o un proceso determinado al crear vínculos entre el pasado y el presente.



- **Literatura de viajes femenina**

Considerado durante mucho tiempo como un género literario menor, los relatos de viajes desde la antigüedad hasta la contemporaneidad han sido una fuente documental de vital importancia para la Historia, donde se narra la visión que el viajero o viajera ha tenido del territorio que visita ( Barco Cebrián, 2018, pp. 446).

A pesar de ser un género sin parámetros claros, donde cada viajero consolida su propia visión del mundo, estas narraciones siempre se han materializado en forma de memorias, cartas o diarios; estructuras narrativas que no son desconocidas para diversas escritoras que contra viento y marea lograron dejar testimonio de sus travesías.

Como lo advierte Barco Cebrián, “estas autoras solían escribir sus aventuras, viajes y relatos por tierras extranjeras, pero no muchas de ellas publicaban sus producciones. De hecho, la mayoría las publicaba bajo pseudónimos, o bien permanecían sin publicar hasta que en los siglos XVIII y XIX se produjo, sobre todo en Inglaterra y Francia, un aumento en el consumo de este tipo de literatura, lo que conllevó que muchos impresores recogieran obras anteriores de autoras desconocidas hasta ese momento” (2018, p. 448).

Por el contrario, el panorama ha sido muy diferente para viajeros-escritores los cuales han sido ampliamente estudiados, traducidos e incluidos en los planes de estudios. De ahí que los textos de Washington Irving, Richard Ford, Joseph Townsend y tantos otros sean base de estudios históricos, mientras que los relatos de sus colegas escritoras han sido ignorados (Barco Cebrián, 2018, pp. 448).

- **Archivo Histórico**

Según un informe de Edomex (2022) “El Archivo Histórico se concibe como un espacio capaz de incorporar un diálogo permanente donde interactúan las diversas miradas que conviven sobre el mismo objeto, con el propósito de aportar a la construcción de una identidad colectiva” (p.3).

De este modo, el Archivo está compuesto por documentos de preservación permanente y de relevancia para la memoria colectiva, soportados por tres dimensiones materiales:



**Fondo Documental:** Conjunto organizado de expedientes para su conservación permanente y que constituyen el Patrimonio Documental.

**Institución:** La entidad que recibe, administra, organiza, describe, consulta y divulga la información contenida en los documentos.

**Inmueble:** Lugar para el depósito y conservación de los documentos históricos.

## 1.7. Antecedentes y contexto

Presentamos cuatro referentes que apoyan este proyecto desde el punto de vista de la iniciativa cultural, el patrimonio, las mujeres y la historia a través de un universo de narrativa expandida que surge como una forma innovadora de contar historias en la era digital, traspasando las fronteras de los medios y permitiendo la participación del público.

### Contexto de los proyectos:

- **Las Sinsombrero**

**Enlace:** <https://www.rtve.es/lassinsombrero/es/webdoc/> (año: 2013)

Un ejemplo pionero de narrativa transmedia que utiliza un documental interactivo para explorar la historia de mujeres olvidadas en la Generación del 27 en España. A través de este proyecto, los usuarios pueden sumergirse en un mundo que combina videos, imágenes y texto, ofreciendo una experiencia educativa y emocionalmente rica.

- **La Peste**

**Enlace:** <https://elcanonazo.com/work/universo-transmedia-la-peste/>(año: 2018)

Llevó la narrativa transmedia a nuevas alturas mediante la creación de un universo que se expande más allá de la serie de televisión. A través de su sitio web, los espectadores pueden explorar detalles adicionales sobre los personajes, la trama y el contexto histórico, lo que enriquece la experiencia de ver la serie y fomenta la participación de la audiencia.



- **La Fanfarria Farragosa**

**Enlace:** <https://medialab.eafit.edu.co/fanfarria-farragosa/> (año: 2019)

Este proyecto se centró en la obra del autor Leon de Greiff, utilizando estrategias transmedia para acercar su archivo a las nuevas generaciones. Dentro de este espacio se ofrecieron diversas experiencias y talleres que permitieron a los participantes conocer los importantes aportes de León de Greiff a la literatura y la poesía. Esta iniciativa se centró en el diseño de experiencias transmedia para archivos culturales, enfocado en la Sala de Patrimonio Documental del Centro Cultural Biblioteca Luis Echavarría Villegas de la Universidad EAFIT.

- **Recuerdo Férreo**

**Enlace:** <https://repository.eafit.edu.co/handle/10784/32067> (año: 2022)

Centrado en el histórico Ferrocarril de Antioquia de Colombia. El objetivo principal de este proyecto fue fomentar la aceptación social de la memoria colectiva en torno al tren de Antioquia. Mediante la adopción de estrategias transmedia y colaborativas con colaboradores y creadores que se reunían para compartir sus historias en "Cafés del Recuerdo Férreo". Estas historias se convierten en parte principal de un patrimonio cultural inmaterial vinculado al tren y refuerzan los lazos que unen a las comunidades, al tiempo que promueven el autoconocimiento.

## **El boom de la transmedia de ficción histórica en España**

El boom de la transmedia de ficción histórica en España ha sido notable en la última década, cambiando la forma de contar historias y de atraer al público. La convergencia de las tecnologías digitales, las redes sociales y la creciente necesidad de experiencias inmersivas han impulsado este fenómeno en el país.

Proyectos como "Las Sinsombrero" y "La Peste" son sólo algunos ejemplos del rico panorama transmedia en España. Este auge ha permitido a creadores y productores experimentar con narrativas a través de múltiples plataformas, desde la televisión y el cine hasta la web y las redes sociales. El público español ha reaccionado positivamente a estas experiencias interactivas, participando activamente en las historias y contribuyendo a la expansión de los universos narrativos.

El fenómeno transmedia ha redefinido el concepto de participación del público, permitiendo a los espectadores no sólo consumir contenidos, sino también influir en



el desarrollo de las historias a través de sus interacciones en línea. Este nivel de participación ha dado lugar a una comprometida comunidad de fans y a un diálogo continuo entre creadores y público.

Además, el auge de la comunicación transmedia en España ha fomentado la colaboración entre diversos sectores de la industria del entretenimiento, como productores, empresas de relaciones públicas, desarrolladores web y escritores, lo que ha dado lugar a un ecosistema creativo diverso y dinámico.

Siendo así, el crecimiento de la comunicación transmedia en España una apertura a nuevas fronteras narrativas, permitiendo que las historias trasciendan los límites de los medios tradicionales y ofrezcan experiencias atractivas y envolventes para un público deseoso de participar activamente en el proceso creativo.

De esta manera, la revisión de los proyectos españoles y colombianos nos demuestran el poder de la narración transmedia de ficción histórica cambia la forma en que interactuamos con la historia, la cultura y los recuerdos personales. Con su manera de crear experiencias inmersivas utilizando plataformas digitales de forma creativa y participativa, desafiando los límites narrativos tradicionales y fomentando la reflexión y el diálogo de la audiencia. El estudio de estos casos proporciona una comprensión más profunda de cómo las narrativas transmedia están configurando el panorama mediático contemporáneo y cómo las historias pueden contarse y vivirse de forma novedosa y significativa en la era digital.

## **2. Tratamiento / Universo narrativo**

### **2.1. Slogan / Tagline / Premisa**

#### **Solo palabras viajeras**

Aunque no existen registros verídicos de viajes a través del tiempo, las representaciones literarias, cinematográficas, televisivas y demás, de este tipo de travesía, están de acuerdo en una máxima fundamental: cualquier interferencia con la realidad en el pasado, tiene repercusiones en el futuro, afectando la línea espaciotemporal.

Dentro de la narrativa de este proyecto se sacará provecho de esta convención para explicar la razón por la cual las palabras, y no las personas, deben ser las que viajen a través del tiempo. De allí nace el slogan, “Solo palabras viajeras”.

Así mismo, ya que uno de los objetivos del proyecto es consolidar un archivo histórico colaborativo, con textos escritos por mujeres actuales, esta convención,



representada en el slogan, servirá para que haya cohesión entre la narrativa y el objetivo mencionado, pues serán sólo las palabras de estas mujeres las que viajan en el tiempo al consignar sus visiones en el archivo y así preservarlas.

## 2.2. Sinopsis de la narrativa

### Sinopsis

Rosa, Carmen, Kathleen y Virginia son cuatro mujeres viajeras que hacen parte de una sociedad secreta llamada la Sociedad Sibilina la cual les permite escribirse cartas y comunicarse a través del tiempo para compartir conocimiento y sus diferentes perspectivas sobre el mundo.

Estas mujeres viven en épocas distintas y es solo Carmen, líder de la Sociedad Sibilina, quien suele estar en contacto con todas ellas. Sin embargo, y gracias a que no hay límites en cuanto a la comunicación entre Sibilas, Kathleen y Virginia tienen una amistad cercana.

Usualmente, ellas se escriben sobre su vida, sus viajes y los sucesos cotidianos de su realidad, pero un día Virginia decide confiarle a Kathleen un evento catastrófico que la está consumiendo: se trata de la muerte de su hermana a manos de un cochero ebrio que la atropella con tan solo 15 años de edad.

Su tristeza es tal que Virginia confiesa que lleva tiempo trabajando en la forma de romper la regla más importante de la Sociedad Sibilina, no viajar de forma física en el tiempo.

Kathleen con angustia le responde expresándole que por ningún motivo debe transgredir este mandato, sin embargo, tras varias cartas sin respuesta, comienza a temer que Virginia haya cometido un acto impulsivo.

Inmediatamente, Kathleen se pone en contacto con la directora de la sociedad (Carmen Arriagada) y le comenta sobre el problema. Si bien en un comienzo Carmen no cree que sea posible que una sibila haya desafiado su más importante ley, al poco tiempo comienza a recibir mensajes de Kathleen comentando sobre extraños sucesos que parecen tener que ver con una alteración en la línea espacio-tiempo.



Carmen entabla una conversación con Kathleen preguntándole dónde cree que puede estar Virginia, ella le expresa que debe ser en la fecha de la muerte de su hermana (8 de agosto de 1881) pues este es el suceso que ella quiere detener. Sabiendo esto, la directora se pone en contacto con Rosa Carnegie, una sibila que vive justo en esa época, y le expresa que tiene la misión de detener a Virginia para preservar la integridad de la sociedad y del destino como se conoce.

Lo que las mujeres ignoran es que Virginia no está justo en la fecha de la muerte de su hermana, esto, pues su estrategia para viajar físicamente en el tiempo no es muy precisa y la deja meses alejada del día al que quería llegar.

Mientras Rosa implementa estrategias para dar con Virginia, Kathleen comienza a notar más cambios anormales en su realidad (1941) y se los comenta en tiempo real a Carmen a través de cartas, quien a su vez también le pasa esta información a Rosa para que ella pueda confrontar a la sibila rebelde con las consecuencias de sus actos una vez de con ella.

Luego de buscar sin descanso entre el tiempo y las calles de Bogotá, Rosa da con Virginia a las afueras de la ciudad en su casa de infancia, donde está viendo a través de una ventana una escena en la que ella y su hermana están compartiendo risas en torno a una deliciosa cena.

Virginia voltea al escuchar un ruido, ve a Rosa, quien la mira con compasión, entiende todo inmediatamente y rompe en llanto.

Mientras la mujer solloza, Rosa le muestra las consecuencias que sus actos han tenido en la actualidad, y le da un monólogo en el que le deja más que claro la importancia de que sean solo las palabras las que viajen en el tiempo.

Aunque Rosa es compasiva, también le expresa que sus actos tendrán consecuencias, volverá a su época, pero se le quitará su sello viajero y jamás podrá volver a enviar cartas a través del tiempo. Virginia no está muy feliz con ello, sin embargo, la paz que la embarga por haber sanado el dolor de la pérdida de su hermana es suficiente para que asienta con resignación y se marche a su realidad con una sonrisa.



## **Mythos, ethos y topos: La Sociedad Sibilina**

La Sociedad Sibilina del Tiempo nace en la antigüedad, sus primeros registros datan de la antigua Grecia, cuando las Sibilas (profetisas de esta época) viajaban de forma física al futuro para traer información a las personas que la solicitaban.

Este poder del viaje en el tiempo es tan antiguo como la tierra misma, y estaba limitado a un grupo especial de mujeres extraordinarias con una amplia visión del mundo y grandes deseos de recorrerlo, escogidas por el destino para cargar con tal don. Sin embargo, y pese a estar limitado a pocas personas, el don era sumamente difícil de controlar; cada vez era más común que las integrantes más jóvenes de la sociedad cometieran errores que afectan el espacio tiempo.

Luego de un catastrófico error, que causa un problema de tal magnitud como lo fue el incendio en la biblioteca de Alejandría, la sociedad se reúne y deciden detener por completo su actividad.

No es hasta 1440, que las integrantes que aún quedan vuelven a considerar la opción de viajar en el tiempo. Para evitar cualquier posible error, ya no viajarían ellas físicamente, solo lo harían sus palabras a través de cartas estampadas con un sello especial con el símbolo de la sociedad que crean en ese mismo encuentro.

De allí en adelante, la máxima regla de la sociedad quedaría establecida: Nunca viajes físicos, solo palabras viajeras. Correspondencias que les permitan compartir conocimiento, experiencias de vida y trabajar para hacer cambios que redefinan el rol de la mujer en la sociedad.

### **La Sociedad Sibilina en EAFIT**

Tras perder su sello y regresar a 1916, Virginia Granados llega a Medellín para dedicar su vida a estudiar los viajes en el tiempo. Todos sus hallazgos quedaron registrados en una serie de diarios que más adelante le ayudarían a nuevas sibilas en Colombia a establecer su lugar de reunión en la Universidad EAFIT donde la sociedad comienza a operar discretamente desde su fundación en 1960.

Es así como el Centro Cultural Biblioteca Luis Echavarría Villegas, se convierte en el epicentro de las correspondencias entre las mujeres más brillantes del país con Latinoamérica.



## 2.3. Diseño de la narrativa

### Las viajeras



*Imagen 1. Presentación de personajes*

La importancia de los relatos de viajes escritos por mujeres radica en su capacidad para ofrecer una perspectiva única sobre destinos y experiencias de viaje. Estos relatos nos permiten investigar la intersección de la identidad de género y la interacción con diversas culturas y sociedades. Tres libros escritos por mujeres son los principales referentes bibliográficos del proyecto desde la perspectiva de literatura de viajes escritas por mujeres, los cuales hacen parte de la colección de Viajeros de Juan Kalb.

Estas cartas no se enfocan en viajes físicos, sino que brindan una experiencia emocional y psicológica que refleja las experiencias íntimas de una mujer apasionada.

A continuación, exponemos varios puntos clave que ayudarán a comprender esta conexión:

#### **1. Exploración emocional como un viaje:**

Las cartas de Carmen Arriagada ofrecen un análisis profundo de las emociones humanas, que a menudo se asemejan a un viaje en sí mismo. A través de las cartas se expresan sus alegrías, tristezas, esperanzas y desafíos de manera tan vívida que permite embarcarse en un viaje emocional paralelo, comprendiendo las



complejidades de la experiencia humana a través de los ojos y el corazón de una mujer.

## **2. Viajes internos y externos:**

Las cartas de Carmen invitan a un viaje interno como testimonio de su propia odisea emocional, revelando paisajes internos y desafíos personales que son tan ricos y complejos como cualquier paisaje geográfico, mientras que la literatura de viajes escrita por mujeres a menudo se centra en aventuras externas en diferentes lugares y culturas.

## **3. Empoderamiento y autodescubrimiento:**

Muchas autoras de viajes han hablado sobre el empoderamiento y el autodescubrimiento que experimentan cuando viajan. De manera similar, las cartas de Carmen muestran su viaje hacia el empoderamiento emocional y el autoconocimiento. Descubre y afirma su identidad a través de sus palabras, lo que resuena con las narrativas de mujeres viajeras que han encontrado fuerza y autonomía en sus viajes.

## **4. El papel de la mujer en diferentes contextos:**

A pesar de que las cartas de Carmen se enfocan principalmente en las relaciones personales, también brindan una perspectiva sobre la vida y las expectativas de las mujeres en su época. Estos puntos de vista pueden ser considerados como "viajes" dentro de las limitaciones y expectativas sociales de su época.

Continuando con esta exploración nos encontramos con el libro "Colombia, Gateway to South America" de Kathleen Romoli quien hace en este libro una exploración profunda y apasionada que revela a través de los paisajes vibrantes, la historia rica y la cultura diversa de Colombia. Romoli comienza su viaje literario en el pasado, desentrañando la historia que ha dado forma a Colombia. Desde las civilizaciones indígenas hasta la época colonial y las luchas por la independencia, se guía la historia a través de los eventos históricos que han moldeado la nación colombiana.

A medida que avanza, la narración se convierte en una ventana a la diversidad geográfica de Colombia: desde las majestuosas montañas de los Andes hasta las selvas exuberantes del Amazonas y las costas bañadas por el Caribe y el Pacífico. Romoli captura la esencia de cada región, describiendo paisajes que varían desde las cumbres nevadas hasta las playas de arena blanca, ofreciendo una visión completa de la riqueza natural del país.



Pero este libro va más allá de la geografía; se adentra en la esencia misma de Colombia: su gente, sus tradiciones, su música y su comida, mostrando las historias de los colombianos comunes y corrientes, resaltando sus contribuciones a la cultura nacional.

Es por esto, que "Colombia, Gateway to South America" se presenta como un punto importante en la conversación sobre mujeres viajeras por varias razones:

### **1. Voces femeninas colombianas:**

A pesar de que Romoli no es originaria de Colombia, su trabajo puede ser considerado como un ejemplo de dar voz a las experiencias de las mujeres colombianas, su libro amplía la gama de voces femeninas en la literatura de viajes.

### **2. Exploración de las historias de mujeres:**

A menudo, la literatura de viajes escrita por mujeres se centra en las experiencias únicas y desafíos que enfrentan las mujeres viajeras en diferentes culturas. Romoli podría haber explorado y compartido las historias de mujeres colombianas, destacando sus logros, desafíos y roles en la sociedad, lo que habría enriquecido aún más su obra desde una perspectiva de género.

### **3. Desmitificación de estereotipos:**

La literatura de viajes escrita por mujeres, incluyendo obras como esta, ayuda a desmitificar los estereotipos de género relacionados con los viajes. Kathleen Romoli, a través de su experiencia se muestra como una mujer exploradora, aventurera y observadora lo cual invita una reflexión sobre la igualdad de género en el ámbito del viaje y la narración de historias, impulsando una conversación significativa sobre el papel de las mujeres en el mundo del viaje y la literatura.

Siguiendo esta investigación, hallamos a Rosa Carnegie con su obra "Un año en los Andes o aventuras de una Lady en Bogotá" esta nos transporta a principios del siglo XX, cuando las mujeres viajeras desafiaban las normas sociales y emprenden viajes audaces. Rosa Carnegie, una dama intrépida, relata sus vivencias durante un año en Colombia, específicamente en Bogotá y los Andes.

La historia comienza cuando Carnegie, ansiosa por una vida llena de descubrimientos y aventuras, decide viajar sola a Sudamérica y va contando sus observaciones detalladas sobre la vida cotidiana, las costumbres y las maravillas naturales de Colombia, desde las bulliciosas calles de Bogotá hasta las cumbres nevadas de los Andes.



A través de sus ojos curiosos, relata su viaje como una odisea fascinante, llena de encuentros inolvidables y paisajes impresionantes. Cada página revela no solo la belleza de Colombia, sino también la valentía y determinación de una mujer que desafía las expectativas de su época.

Convirtiendo esta narración en un homenaje a las mujeres viajeras que buscan el significado más profundo de la vida a través de la exploración a una ventana de un mundo lejano y al mismo tiempo cercano, a través de los ojos audaces de una Lady en Bogotá.

Por varias razones importantes, este relato se destaca como un excelente ejemplo de literatura de viajes escrita por mujeres:

### **1. Exploración desde una perspectiva femenina:**

Este libro ofrece una exploración única y detallada de Colombia desde la perspectiva de una mujer, Rosa Carnegie. Su experiencia y sus observaciones están relacionadas con sensibilidades y percepciones femeninas, proporcionando una mirada matizada y enriquecedora sobre el país, su gente y su cultura.

### **2. Desafío de las normas sociales:**

En una época en la que las mujeres estaban limitadas por las expectativas sociales y las restricciones de género, el viaje de Carnegie a Sudamérica y sus aventuras en los Andes representan un acto valiente. Su historia subraya la capacidad de las mujeres para superar las barreras y aventurarse en territorios desconocidos, contribuyendo así a la ruptura de estereotipos y normas de género restrictivas.

### **3. Exploración de la identidad femenina:**

Carnegie, como mujer viajera, se enfrentó a desafíos específicos y oportunidades únicas que dan forma a su experiencia de viaje. Esto permite explorar la identidad femenina debido a que su obra agrega profundidad y complejidad mostrando cómo las mujeres se adaptan y prosperan en diversos entornos culturales.



## Perfiles

Enlace a la línea de tiempo sobre los perfiles de las escritoras:

<https://miro.com/app/board/uXjVMiUIkro=/>

### Carmen Arriagada



*Imagen 2. Carmen Arriagada*

Carmen es una mujer chilena distinguida, se casó joven contra la voluntad de sus padres con un militar alemán. Considerada la primera escritora chilena, es una gran conversadora y crítica de la política. A pesar de ser hipocondríaca, tiene una pasión por el conocimiento y la cultura, estudiando varios idiomas y sumergiéndose en la lectura de diversos temas, desde historia hasta poesía. Su mundo se centra en los libros, las ideas y el arte.

### Rosa Carnegie Williams



*Imagen 3. Rosa Carnegie Williams*

Rosa, una mujer inglesa de estatus privilegiado, se destaca como única autora femenina extranjera de memorias de viaje del siglo XIX en Colombia. Su profunda empatía y amor por la naturaleza se reflejan en su meticulosa escritura. Aunque disfruta de la sociedad y la gastronomía de élite, encuentra paz en la soledad y la observación. Su pasión por las flores, especialmente las orquídeas, y su prolijidad



al escribir hacen de sus relatos un testimonio único y fascinante de su tiempo y lugar.

### **Kathleen Romoli**



*Imagen 4. Kathleen Romoli*

Kathleen, una norteamericana con una sensibilidad excepcional, rompe con los estereotipos de su época. Es una antropóloga, escritora, fotógrafa y aventurera apasionada. A pesar de su privilegiado trasfondo, conecta con diversas culturas y es capaz de comprender y narrar las complejidades de Colombia con precisión. Su determinación y pasión por explorar la vida la llevan a desafiar convenciones sociales y a vivir una vida auténtica.

### **Virginia Granados**



*Imagen 5. Virginia Granados*

Virginia es una colombiana solitaria y rebelde que desafía las normas sociales. Es una luchadora inigualable, con un estilo irreverente, fuerte, apasionado y con arrogancia varonil, desafiando al sistema establecido. Se destaca por su lucidez mental y su voz vigorosa de contralto, cautivando a su público. Ama la naturaleza y tiene una determinación feroz para proteger a sus seres queridos. A pesar de su apariencia caótica, su mirada desafiante refleja su valentía y determinación. Escribe poemas y cuentos que reflejan sus íntimos sentimientos y anhelos.



## Línea del tiempo

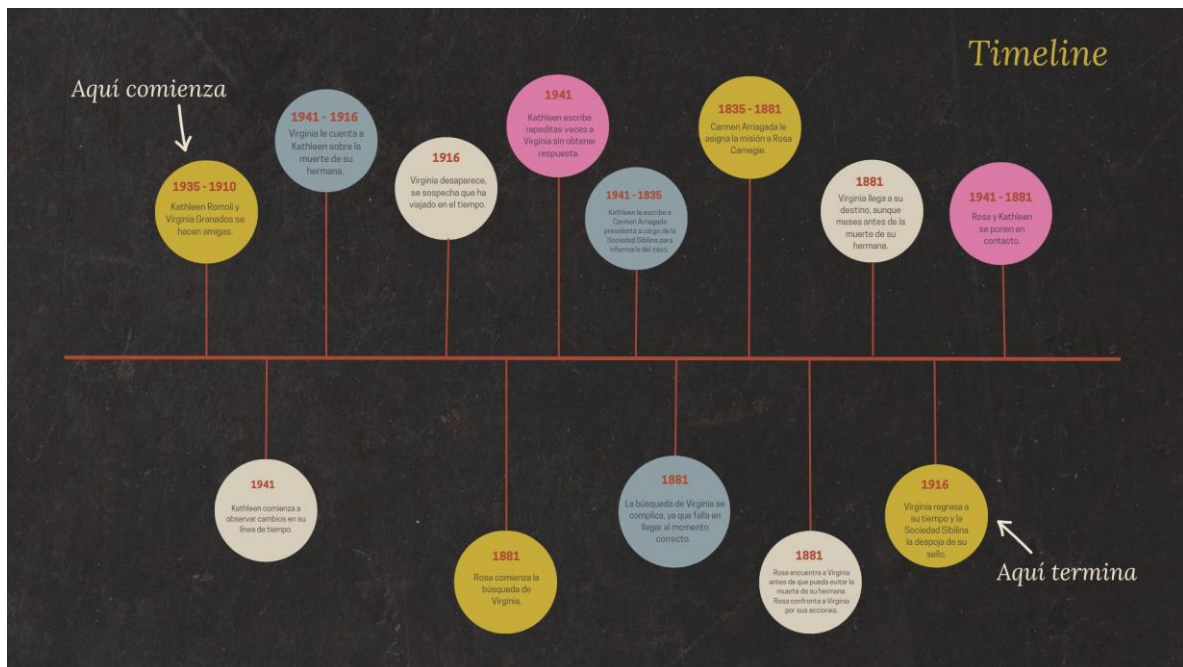


Imagen 6. Línea de tiempo

## 2.4 Viaje de las usuarias

### Puntos de giro

#### Primer punto de giro:

- Las usuarias inician su viaje al escanear un QR presente en diversas piezas de marketing de la Universidad y desde la bio del Instagram de la Biblioteca.
- Una vez en el sitio web, se les informa sobre la desaparición de Virginia a través de un comunicado oficial de la Sociedad Sibilina, se presenta una carta de Kathleen a Carmen y se desbloquea la posibilidad de interactuar con Carmen. Además, se accede a un micrositio con información sobre la sociedad Sociedad Sibilina.
- También se encuentra un mapa interactivo con la biblioteca de mujeres viajeras y la posibilidad de consultarla físicamente en la Sala de Patrimonio Documental. Posteriormente, las usuarias pueden escuchar grabaciones en un podcast donde Kathleen relata su amistad con Virginia.

#### Segundo punto de giro:

- Tras escuchar el podcast, las usuarias podrán descubrir una de las postales de Rosa dirigidas a Kathleen, la cual será la clave para desbloquear este



personaje. En este punto se tendrá la posibilidad de seguir a través de estas postales el viaje de Rosa desde Londres a Bogotá.

**Tercer punto de giro:**

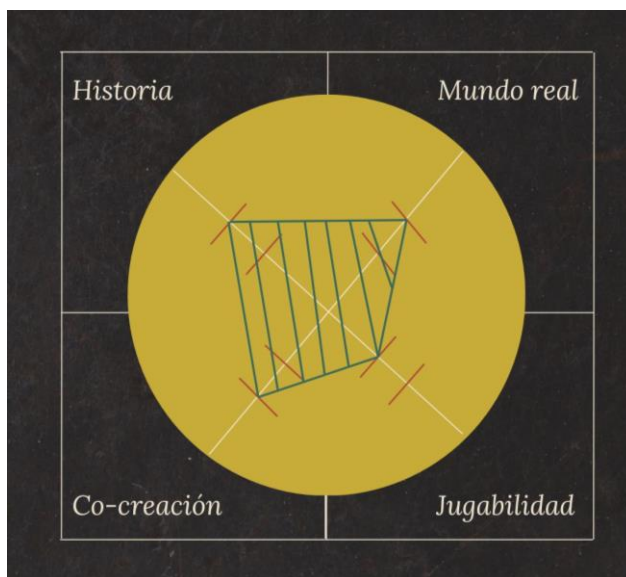
- Tras explorar las postales de Rosa, las usuarias encuentran un acertijo en el sitio web. Al resolverlo, acceden al diario de viaje de Virginia. Además, a través de unas historias destacadas de Instagram, la usuarias conocen la correspondencia entre Carmen y Kathleen sobre los cambios experimentados en 1941.

**Cuarto punto de giro:**

- El desenlace de la historia se revela en la Sala de Patrimonio Documental a través de una cabina con un audio cuento, y una versión móvil gracias a la Bibliobici.

## 2.5. Diseño de producción

Para llevar a cabo este proyecto, nos basamos en el Diagrama Radar Transmedia (R. Pratter). Que se mostrará a continuación:



*Imagen 7. Diagrama Radar Transmedia*

Del anterior diagrama evidenciamos lo siguiente:

- **Historia y presencia emocional: Nivel Alto**

Este nivel es muy importante, dado a que dentro de Travesías Paralelas, la historia no es simplemente un relato, esta se convierte en un componente emocional significativo para las usuarias. Esta conexión emocional es



esencial, ya que permite a cada mujer adentrarse profundamente en los eventos de la narrativa expandida, lo cual es crucial porque las usuarias pueden sentir y vivir los momentos de manera auténtica, lo que contribuye significativamente a la experiencia.

Travesías Paralelas nace a partir de tres relatos auténticos sobre mujeres viajeras del siglo XIX y siglo XX de América latina, los cuales se encuentran cuidadosamente preservados en la Sala de Patrimonio Documental de la Universidad EAFIT. Estos relatos previamente existentes sirvieron como punto de partida, permitiendo la creación de una narrativa con un carácter principalmente ficticio que expande este universo.

- **Co-creación: Nivel alto**

La co-creación es esencial en el diseño narrativo de Travesías Paralelas, ya que nos fundamentamos en los relatos de las tres mujeres viajeras, tomados de los tres libros resguardados en la Sala de Patrimonio Documental. Estos relatos se convierten en nuestro punto de partida clave, sirviendo como el material que nos ha permitido crear una historia significativa y otorgar un propósito esencial en la sala.

Por otro lado, el aporte de las usuarias que participan en este proceso es esencial, dado a que a medida que comparten sus propias experiencias de viaje, ya sea a través de la plataforma digital o dejando sus cartas físicas en la Sala de Patrimonio Documental, están contribuyendo de forma activa en la creación de un archivo colectivo. De esta manera, estas contribuciones individuales enriquecen las vivencias de viaje, co-creando así el contenido del archivo de forma colaborativa y enriquecedora.

Por último, cabe destacar que, para impulsar este proyecto, se pretende contar con la colaboración de expertos en relatos de viajes, cuya experiencia y conocimientos pueden enriquecer aún más el universo expandido.

- **Jugabilidad: Nivel medio**

Este componente tiene una importancia intermedia, ya que implementamos una variedad de mecanismos, como mapa interactivo en realidad aumentada y actividades lúdicas, para sumergir las usuarias en la experiencia. Estos elementos no solo entretienen, sino que también guían a las participantes a través de desafíos interactivos que impulsan la narrativa. Además, se aprovechan los espacios de la Biblioteca Luis Echavarría Villegas de la Universidad EAFIT para crear escenarios vivos de la historia.



- **Mundo real y la presencia física: Nivel alto**

La integración del mundo real y la presencia física tiene un alto componente. Aunque la narrativa se desarrolla principalmente en el ámbito digital, su principal objetivo y relevancia radica en la participación activa de las usuarias en los espacios físicos de la Sala de Patrimonio Documental, constituyendo el núcleo mismo de la narrativa.

### 3. Especificaciones de negocio y marketing

#### 3.1. Objetivos Smart

- **Objetivo de captación:** conseguir 350 visitas a la Sala de Patrimonio Documental de la Biblioteca para junio de 2025.
- **Objetivo de conexión:** lograr que 180 usuarias participen en el archivo histórico colaborativo para junio 2025.
- **Objetivo de conversión:** generar 50 ventas de nuestros productos de merchandising para junio del 2025.
- **Objetivo de satisfacción:** lograr un índice de reviews positivos del 85% para agosto de 2025.
- **Objetivo de confianza:** conseguir una recompra del 40% para el mes de diciembre de 2025.
- **Objetivo de compromiso:** conseguir 120 referidos para diciembre del 2025.



### 3.2. Investigación de necesidades de usuario

#### Demografía

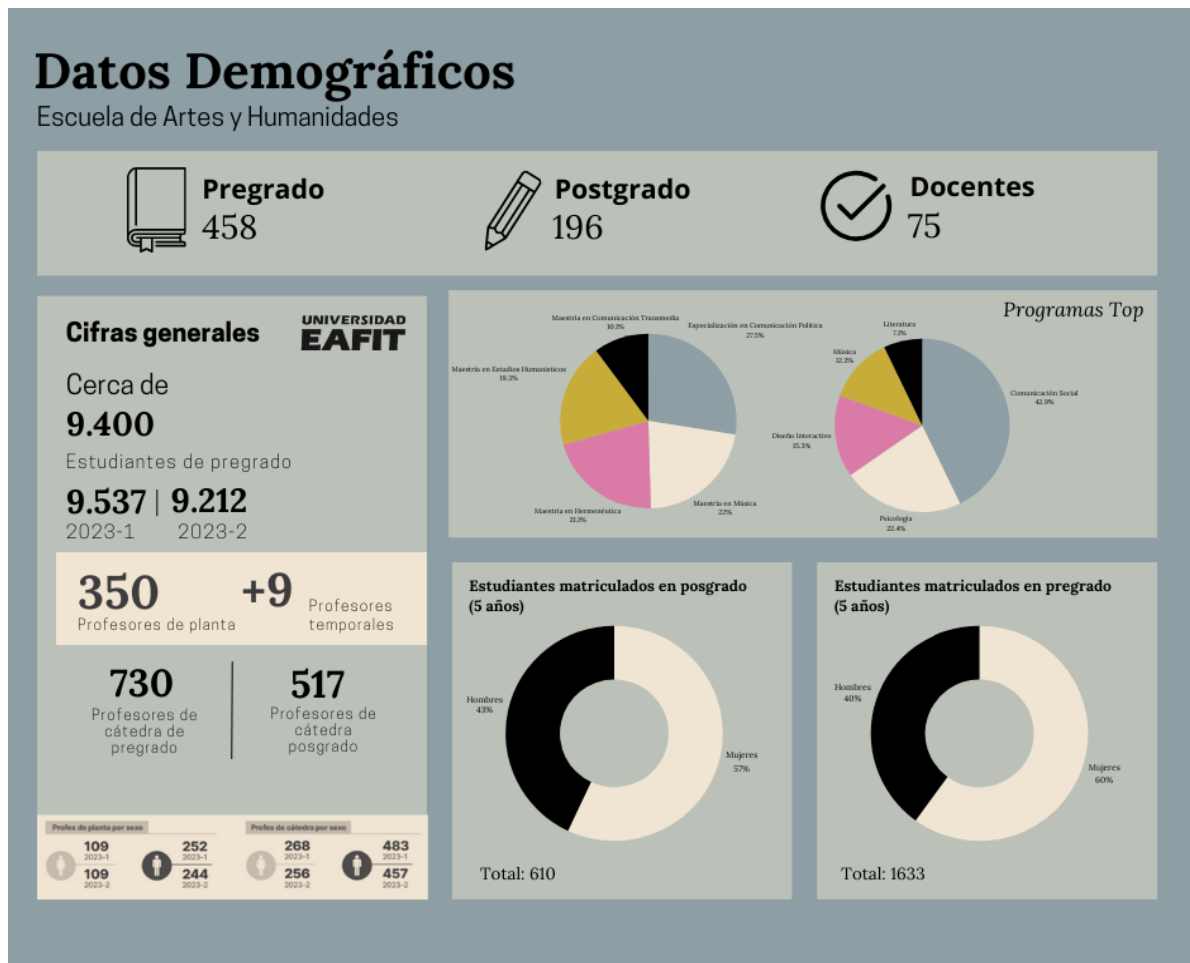


Imagen 8. Demografía

#### Público objetivo:

El público objetivo del proyecto reúne perfiles de estudiantes, docentes, investigadoras y mujeres, vinculadas a la Universidad EAFIT. Se considera esta población como el foco principal pues, de acuerdo con el análisis de las estadísticas internas ya mencionado con anterioridad, las consultas en la Sala de Patrimonio Documental son escasas, especialmente en colecciones como la de Juan Kalb.

Este enfoque estratégico surge de un análisis profundo de las estadísticas internas de la Biblioteca, el cual revela que las consultas en la Sala de Patrimonio



Documental, particularmente en colecciones valiosas como la de Juan Kalb, han sido limitadas por parte de los usuarios internos hasta el momento.

En el caso de las estudiantes, su participación no solo enriquecerá su aprendizaje, sino que también permitirá una conexión más profunda con el rico patrimonio documental que tiene la Universidad. Por otro lado, las docentes, como guías académicas, tienen la capacidad de influir directamente en la forma en que sus estudiantes interactúan con la información histórica, convirtiéndose en catalizadores clave para el éxito del proyecto.

Las investigadoras, al igual que los docentes, desempeñan un papel crucial al traer consigo un interés intrínseco en la exploración del conocimiento. Este grupo aportará una perspectiva valiosa para enriquecer la narrativa histórica y contribuirá a la creación de un ambiente propicio para el intercambio de ideas y la colaboración.

### Buyer Persona:

**Sara Rojas**

EDAD: 20 años.  
PAÍS: Colombia.  
INSTITUCIÓN: Universidad EAFIT sede Medellín.  
OCUPACIÓN: Estudiante de pregrado.  
ESTADO CIVIL: Soltera.

**Biografía**  
Soy estudiante de comunicación de la Universidad EAFIT y vivo con mi familia. Me considero una mujer con un carácter único, entusiasta e inteligente, que busca despertar la chispa del conocimiento en cada momento. Me apasiona la diversidad de historias que la literatura ofrece. Durante mi tiempo libre, me gusta explorar mundos desconocidos a través de mis viajes, escribir, escuchar música, ir a museos, participar en eventos culturales y ver series. Y me encantan las actividades creativas como la pintura, la escritura y otras formas artísticas para expresarme y encontrar inspiración.

**Miedos y frustraciones**  
A menudo, siento preocupación por no avanzar tanto como desearía en mis proyectos de vida, lo cual me genera cierta inquietud. Mi deseo de hacer las cosas de la mejor manera posible puede llevarme a ser demasiado exigente conmigo misma, creando presión para lograr lo que considero importante. Además, como mujer, a veces experimento cierta inseguridad en algunos entornos, lo cual me puede generar incomodidad o preocupación en ciertas situaciones.

**Relación con la Biblioteca**  
En relación con el proyecto, he tenido la oportunidad de visitar la Sala de Patrimonio Documental de la biblioteca en una sola ocasión, durante una visita guiada por una de mis clases. Me gustaría explorar temas culturales y descubrir cómo a lo largo de la historia, las mujeres han vivido y como estas experiencias se han preservado a lo largo del tiempo.

**Gustos y aficiones**

- Viajar
- Leer
- Ver series
- Asistir a eventos de cultura
- Escribir

**Conducta en línea**  
Navego con agilidad en la web, soy buena para interpretar y entender diferentes interfaces y no suelo quedarme atrás en tareas que requieren el uso de herramientas digitales. Tengo gran destreza con las redes sociales, tengo perfiles en la mayoría e ingreso a ellas diariamente, sin embargo, no publico con tanta frecuencia, quizá una vez a la semana. Como motor de búsqueda utilizo Google, Instagram, TikTok y plataformas académicas dependiendo de la información que requiera.

**Motivaciones**  
Busco ser una profesional comprometida. Mi deseo es explorar el mundo y aprender de cada cultura que encuentre en el camino. Quiero ser alguien que comparta sus experiencias para lograr inspirar a otros, dejando una huella positiva y duradera en el mundo. Además, mi habilidad digital me permite utilizar múltiples plataformas como estrategia para aprender y compartir conocimientos con las demás personas.

**Académico**  
Estoy en cuarto semestre del pregrado de Comunicación Social de la Universidad EAFIT. Me llaman la atención especialmente temas relacionados con las nuevas narrativas. En el transcurso de mi carrera me he unido a seminarios e investigaciones afines a estas áreas. Me ocupa mi desempeño académico pero no tanto como mi desarrollo integral y el lograr adquirir efectivamente nuevos conocimientos.

**Digital**  
Las aplicaciones que uso la mayoría del tiempo, son Instagram, Spotify, Twitter, Whatsapp y correo electrónico.

**Buyer Persona**

Imagen 9. Buyer persona



### **Perfil personal:**

El rango de edad de nuestras usuarias es de 18 a 59 años, la mayor parte de ellas (24%) tiene 20 años. Residen en diferentes municipios y corregimientos (Medellín, Envigado, Sabaneta, La Estrella, Caldas, Rionegro, San Cristóbal, Guatapé y El Retiro) siendo Medellín la moda.

Solo el 12% de ellas son madres. La mayoría de sus pasiones y aficiones son cercanas a las humanidades. Lectura, escritura, música, cine, danza, canto, compartir tiempo en familia y los animales, se repiten constantemente. Resaltan algunas menos comunes como la cocina, la moda, el cultivo y el anime.

Todas tienen metas a largo plazo en sus vidas, lo que denota un deseo de trascender en diferentes planos y cultivar su ser; algunas que nos llaman la atención son la escritura de libros propios, la conclusión de sus estudios y el viajar por el mundo.

### **Comportamiento en línea:**

La red social más usada por las encuestadas es Instagram, seguido por TikTok y Twitter respectivamente, su horario favorito de conexión es la noche. El tipo de contenido que más consumen en estas redes son noticias, memes y entretenimiento; mientras que lo que menos consumen es contenido de marcas o relacionado con activismo.

Así mismo, el canal de comunicación de la Universidad que más consultan es el Instagram de esta misma pues dicen que desde allí tienen fácil acceso a las diferentes plataformas y recursos de la institución.

### **Interacción con la Biblioteca y la Sala de Patrimonio Documental:**

Aproximadamente la mitad de nuestras usuarias conocen la Sala de Patrimonio Documental y lo que más les gusta de ella es la disponibilidad de material valioso y único.

Entre sus temas predilectos de lectura están la ficción histórica, el periodismo, ensayos y crónicas.

Cerca de tres cuartos de las encuestadas no conocen mujeres que hayan escrito sobre viajes, sin embargo, más del 50% de ellas dicen estar interesadas en conocer más sobre literatura de viajes escrita por mujeres.



Casi el 50% de las usuarias encuestadas dicen participar con frecuencia de los espacios culturales que ofrece la Universidad EAFIT, así mismo, se muestran muy dispuestas a ser parte del proyecto que planteamos.

Esto se evidencia pues el 80% de ellas afirman estar interesadas en hacer parte de un proyecto de ficción histórica creado por la Biblioteca de la Universidad y más del 80% dicen que aceptarían si las invitaran a participar de una sociedad secreta de mujeres que se escriben cartas a través del tiempo.

### 3.3. Modelo de negocio / financiamiento o sustentabilidad

<p><b>8. ASOCIACIONES CLAVES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Estudiantes de la Universidad EAFIT sede Medellín.</li> <li>Alianzas con actores culturales de la ciudad de Medellín.</li> <li>Biblioteca de la Universidad EAFIT sede Medellín.</li> <li>Diseñadores gráficos.</li> <li>Web Master.</li> <li>Comunidad En femenino lideresas sociales - EAFIT.</li> <li>Grupos estudiantiles.</li> </ul>	<p><b>7. ACTIVIDADES CLAVE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Evento de lanzamiento.</li> <li>Creación de archivo histórico colaborativo.</li> <li>Interacción con el espacio físico - Sala de Lectura Carmen Arriagada.</li> <li>Charlas y talleres relacionados con patrimonio y cultura.</li> <li>Entrega de la membresía en la Sala Patrimonial.</li> <li>Estrategias de recompra y fidelización.</li> </ul>	<p><b>2. PROPUESTA DE VALOR</b></p> <p>Concepto: La Biblioteca para ellas.</p> <p>Para las usuarias:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Espacios culturales de creación y participación.</li> <li>La posibilidad de dejar un legado para la posteridad.</li> <li>Reivindicación de la tradición de la escritura femenina de viajes.</li> <li>Pertenercer a una comunidad de mujeres lectoras y creadoras.</li> <li>Acceso a un membresía con diferentes beneficios dentro del ecosistema cultural de EAFIT.</li> </ul>	<p><b>4. RELACIONES DE CLIENTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Membresía.</li> <li>Espacio físico.</li> <li>Archivo histórico colaborativo.</li> <li>Redes sociales.</li> </ul>	<p><b>1. SEGMENTO DE MERCADO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mujeres entre los 17 y 56 años.</li> <li>Poder adquisitivo medio, medio alto y alto.</li> <li>Residentes de la ciudad del Área Metropolitana.</li> <li>Estudiantes (de pregrado y de posgrado) e investigadoras vinculadas a la Escuela de Artes y Humanidades de la Universidad EAFIT.</li> <li>Interesadas en vivir experiencias culturales, amantes de la lectura, consumidoras de arte, música y contenido audiovisual.</li> <li>Les gusta viajar y ampliar su visión del mundo.</li> </ul>
<p><b>9. ESTRUCTURA DE COSTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Costos de instalación y montaje de la Sala de Lectura de Carmen Arriagada.</li> <li>Gastos para la producción del contenido de la página web, incluyendo la producción de videos, material impreso, diseño web, entre otros elementos multimediales.</li> <li>Promoción y marketing, inversión destinada a la promoción del proyecto, publicidad en redes sociales, diseño de materiales promocionales, eventos de lanzamientos, entre otros.</li> <li>Gastos continuos para el mantenimiento de la Sala de Lectura de Carmen Arriagada, actualización del contenido, entre otros gastos operativos.</li> <li>Gastos de producción y comercialización del merchandising.</li> </ul>	<p><b>6. RECURSOS CLAVES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Espacio físico en la Biblioteca.</li> <li>Talento humano externo e interno.</li> <li>Tecnología.</li> </ul>	<p>Para la Biblioteca:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Potenciar la imagen de la Biblioteca y la Universidad.</li> <li>Optimización de los recursos y retorno de inversión.</li> <li>Crecimiento del ecosistema cultural de la universidad.</li> <li>Conectar directamente a la Biblioteca con las maestrías y los pregrados de humanidades para generar grupos o productos de investigación en La Sala de Patrimonio Documental.</li> </ul>	<p><b>3. CANALES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Sitio web.</li> <li>Espacio físico - Sala de lectura.</li> <li>Redes sociales (Historias destacadas de instagram, podcast de Spotify).</li> <li>Cabina de audio cuento.</li> <li>Membresía.</li> <li>Publicidad impresa con plotter en libros gigantes.</li> <li>Pantallas de TV.</li> </ul>	<p><b>5. FUENTES DE INGRESOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Pago: Cursos, talleres, productos / merch de la marca.</li> <li>Patrocinio: El proyecto se financiará gracias a la Biblioteca de la Universidad EAFIT.</li> <li>Convocatorias: Participación en convocatorias del Ministerio de Cultura.</li> </ul>

Imagen 10. Modelo Lean Canvas

### 3.4. Benchmarking

**Proyecto:** Mil mujeres asesinadas

**Creadores:** RTVE Lab

**Breve descripción:** “Mil mujeres asesinadas” es un reportaje transmedia que involucra documentalistas, periodistas, diseñadores, redactores y realizadores que buscan contar la historia de las 1.000 mujeres asesinadas por la violencia de género en el país de España. A partir de esta colaboración, este proyecto relata la vida de estas mujeres que datan del registro disponible a partir del año 2003. Tratándose de una serie documental que aborda las tragedias individuales y colectivas de estas mujeres, destacando sus vidas y el impacto de la violencia de género.



**Contenidos realizados:** Un documental en formato de serie de televisión, por lo que cuenta con entrevistas a familiares, expertos y activistas, imágenes de archivo y recreaciones de los hechos. También incluye datos y estadísticas sobre la violencia de género en España.

**Plataformas/Medios implementados:**

- La serie se emitió en formato audiovisual en televisión y también está disponible en línea a través de la página web de RTVE Lab.
- WhatsApp: para que todas aquellas personas que conocieron a las mujeres asesinadas pueden enviar datos de vida de las víctimas y aportar en rendirles un homenaje.
- Numeral telefónico para pedir ayuda si sufren de maltrato.
- El usuario tiene un papel fundamental, ya que puede ayudar a completar la biografía de las víctimas.

**Público objetivo:** Mujeres víctimas de violencia de género en España.

**Comunicación:** Realizaron diferentes notas de prensa con temas relacionados al proyecto en el sitio web de RTVE

**Promoción:**

A través de diferentes medios de comunicación como tráilers, anuncios en televisión, redes sociales y campañas publicitarias.

**Enlace del proyecto:** <https://lab.rtve.es/mil-mujeres-asesinadas/>

**Proyecto:** El Ministerio del Tiempo

**Creadores:** RTVE Play

**Breve descripción:** estrenada en 2015, "El Ministerio del Tiempo" se destaca como una de las series españolas más elogiadas tanto por los fanáticos como por la crítica. Esta creación de los hermanos Pablo y Javier Olivares, producida por Onza Partners y Cliffhanger, utiliza el género fantástico de manera ingeniosa para traer a la actualidad eventos y personajes históricos, literalmente. Los funcionarios del Ministerio tienen la tarea de asegurar que la línea temporal no se vea alterada, desplazándose al pasado a través de las puertas del tiempo.

Más allá de las tramas atractivas y los personajes que no necesitan presentación, como Velázquez e Isabel II, El Ministerio del Tiempo se destacó como una de las pioneras en comprender a la perfección las posibilidades del transmedia. Esto le permitió no solo construir una comunidad de fanáticos sólida, sino también expandir su universo narrativo de manera significativa.



## Contenidos realizados:

- Realidad Virtual: el primer episodio fue en realidad virtual interactivo, este capítulo ofrecía un recorrido inmersivo por el Ministerio, así como acceder a un examen para convertirse en funcionario. A lo largo del episodio, se recorrían las salas ya conocidas por los fans, que por el camino se encontraban con sus personajes favoritos. Posteriormente, se creó un nuevo episodio en realidad virtual: Salva el tiempo. En este capítulo de 10 minutos, el seguidor de la serie trabajaba con Salvador e Irene para cumplir una nueva misión en el Ministerio.
- La Puerta del Tiempo: un programa en el que los fans preguntaban sus dudas y curiosidades al equipo de la serie se basaba en enviar una pregunta con la etiqueta del programa, que se publicaba online el día después de la emisión de la serie. Pero, además, durante La puerta del tiempo se mostraban algunos de los mejores tweets y contenidos originales de los ministericos, sobre todo fanarts.
- Web serie: en un capítulo de la segunda temporada uno de los personajes encuentra una cámara en la cafetería, pregunta si es de alguien, pero nadie le responde, así que se la lleva. Bajo esta premisa, nace la web serie Tiempo de Confesiones, donde este personaje cuenta sus reflexiones tras los episodios (en concreto, desde el 9 al 13 de la segunda temporada).
- Podcast: en la segunda temporada uno de los personajes tuvo que abandonar la serie para realizar un rodaje. Esto se convirtió en una oportunidad para integrar una nueva forma de hacer transmedia: un diario sonoro sobre las aventuras del personaje durante los capítulos en los que el protagonista no aparecía en pantalla.
- Cómic: el universo transmedia se expandió físicamente a través de sus cómics. El primero fue Tiempo al tiempo, que comienza con el ataque a Salvador Martí en su propio despacho. Amelia, Julián y Alonso serán los encargados de buscar al culpable a través del tiempo, mientras la vida de Salvador y el futuro del Ministerio están en peligro.
- Grupo de WhatsApp: entrar al grupo de WhatsApp no era nada fácil, únicamente diez personas entraban cada semana, pero valía la pena: recibían contenido exclusivo y podían hablar con creadores de la serie. Los diez fans formaban un grupo de “becarios”, que tenían como misión ser muy activos en redes sociales y difundir el contenido al que solo ellos podían acceder.
- Contenido generado por el usuario: el humor de la serie, la relación del fan con sus personajes y la gestión de redes sociales hicieron que los usuarios crearan Fanarts, Fanvids, Fanfics o gifs en Twitter, Facebook y Tumblr. Los



seguidores de la serie además de generar nuevo contenido analizaban los capítulos y su contexto. Un ejemplo de ello es el podcast “Los funcionarios del Tiempo” creado por periodistas y fans de las series, en este daban las claves de cada uno de los episodios durante casi dos horas de programa. Por otro lado, el ilustrador Daniel Hidalgo creó un juego de rol inspirado en El Ministerio del Tiempo.

**Plataformas/Medios implementados:** Junto con la emisión televisiva de “El ministerio del tiempo”, se lanzó un sitio web interactivo complementario. Esta plataforma permitía a los espectadores adentrarse más en la historia mediante juegos interactivos, pistas y contenido adicional que expandía las tramas de la serie televisiva. Los personajes tenían la oportunidad de explorar detalles sobre los personajes, acceder a pistas sobre la trama principal y vivir una experiencia más profunda que lo visto en la serie. Además, se hizo uso de diferentes estrategias en medios sociales como Facebook y Whatsapp para expandir la narrativa narrativa.

**Público objetivo:** Amantes de la ciencia ficción.

**Fans de la serie:** Audiencias interesadas en experiencias interactivas.

**Comunicación:** en la comunicación del proyecto se utilizaron estrategias de marketing, como anuncios en televisión, promoción en redes sociales, entrevistas con el elenco y el equipo de producción, y participación en eventos relacionados con la industria audiovisual. También se utilizaron medios de comunicación tradicionales, como prensa y revistas, para generar interés y cobertura mediática.

**Promoción:** A través de campañas en redes sociales (Instagram, Facebook y Twitter), pistas a través de la serie que redireccionan a la página web y eventos sociales.

**Conversión:** Se vendieron juego de mesa basados en la serie y cómics, sin embargo, no hay registro sobre sus ganancias o impacto en la audiencia.

**Link del proyecto:** <https://www.rtve.es/play/videos/el-ministerio-del-tiempo/>

**Proyecto:** Las sinsombrero

**Creadores:** RTVE

**Breve descripción:** Las sinsombrero es un proyecto transmedia que tiene el objetivo de recuperar, divulgar y perpetuar el legado de las mujeres olvidadas de la primera mitad del siglo XX en España. Desde las figuras femeninas de la Generación del 27 hasta todas aquellas mujeres que con su obra, sus acciones y su valentía fueron y son fundamentales para entender la cultura y la historia de un país que nunca las reivindicó.

**Contenidos realizados:**

- **Documental Interactivo:** Este contenido trata de un viaje único para conocer la historia, a través de distintas capas el usuario va profundizando en el



conocimiento sobre la vida de las artistas pertenecientes a la Generación del 27 y de la época que les tocó vivir.

- **Documental de televisión:** En esta pieza audiovisual se habla de las vidas de nuestras protagonistas, las artistas pertenecientes a la Generación del 27 y se las contextualiza en la época que vivieron.
- **Proyecto educativo:** El proyecto educativo ofrece material y propuestas que les permita de una manera original e innovadora, el estudio y la divulgación de la vida y legado de las artistas de la Generación del 27.
- **Wikiproyecto:** Firmaron un acuerdo con Wikimedia España para la creación de un Wikiproyecto bajo el nombre de Las Sinsombrero que albergó toda la información sobre el tema tratado y fue traducido a distintos idiomas.
- **Redes sociales:** Campaña en Facebook que permitió narrar y difundir el proyecto.
- **Exposición:** Se creó una instalación expositiva itinerante sobre la vida y obra de las artistas de la Generación del 27 y su aporte social a la época.
- **Libro:** Por medio de un libro se recopilaron las historias de las artistas pertenecientes al proyecto.

**Plataformas/Medios implementados:** Página web, redes sociales, televisión, publicaciones

**Público objetivo:** Docentes que quieran adquirir material educativo sobre la historia de mujeres

**Comunicación:** A través de su obra literaria y artística, utilizaron la escritura, la pintura, la fotografía y la música como formas de expresión y de comunicación con el mundo exterior.

**Promoción:** Se llevó a cabo a través de diferentes estrategias de difusión, como la organización de eventos culturales, la publicación de artículos y entrevistas en medios de comunicación, la utilización de redes sociales y la realización de charlas y conferencias.

**Link del proyecto:** <https://www.rtve.es/lassinombrero/es/webdoc/>

**Proyecto:** Universo transmedia “La peste”

**Creadores:** Movistar +

**Breve descripción:** Llevó la narrativa transmedia a otro nivel mediante la creación de un universo que se expande más allá de la serie de televisión. A través de su sitio web, los espectadores pueden explorar detalles adicionales sobre los personajes, la trama y el contexto histórico, lo que enriquece la experiencia de ver la serie y fomenta la participación de la audiencia.



### Contenidos realizados:

Este contenido se repartió en 8 formatos que reúnen documentales interactivos, webs colaborativas, ficciones sonoras, rutas geolocalizadas, making of y cooking shows.

- **La Wikipeste:** Este contenido trata sobre un sitio colaborativo que reúne datos sobre la peste, tanto en la ficción como en la vida real. Incluye detalles históricos, sinopsis y biografía.
- **La Mancebía:** Se trata de una serie web que cuenta la vida secreta de la ciudad, sus usos y costumbres, a través de Cecilia Gómez quien se convierte en la youtuber del Siglo de Oro. (Plataforma YouTube).
- **El Confesor:** En un podcast original, el guionista Rafael Cobos se convierte en el “confesor” de sus propios personajes. Esta ficción sonora revela secretos ocultos y desconocidos de los personajes, ofreciendo otra perspectiva a los seguidores. (Plataforma Speaker).
- **CGI: Sevilla:** Dos fanáticos de los efectos especiales recorren salas de postproducción para reconstruir el proceso de creación de La Peste. (Plataforma YouTube)
- **Yantar:** Un programa de cocina presentado por Daniel del Toro donde enseña a preparar recetas del siglo XVI con un toque contemporáneo. (Plataforma YouTube)
- **Ida y vuelta:** En el puerto se encuentra, ida y vuelta, un webdocumental que utiliza documentos, testimonios de expertos, historiadores y el equipo técnico de La Peste para tener referencias de la Sevillana del pasado y del presente. (Plataforma YouTube)
- **Los Inquisidores:** A través de un podcast con los creadores de la serie, Alberto Rodríguez y Rafael Cobos, presentan los audios comentarios que guían a los oyentes a través de cada uno de los episodios. (Plataforma Spreaker)
- **La Ruta de la Peste:** En Sevilla, el universo transmedia de la Peste se extiende fuera de lo digital con la ruta de la peste. Es una ruta guiada por las calles de la ciudad que conectan con espacios físicos con referencias históricas, anécdotas de rodajes y leyendas urbanas. A través de textos, imágenes, audios y videos, los visitantes experimentan una inmersión única.

**Plataformas/Medios implementados:** Redes sociales, página web, publicaciones y webs colaborativas.

**Público objetivo:** Amantes de las aventuras e historias, seguidores de la serie, seguidores de experiencias interactivas.

**Comunicación:** Para la comunicación del proyecto, se realizó el lanzamiento un mes antes del estreno de la serie, dando a conocer todos los contenidos de este Universo transmedia en un evento que atrajo a más de 200 personas. Durante este



evento, se presentó una ruta geolocalizada de los sitios históricos y localizaciones que aparecen en la serie.

Por otro lado, a través de las principales plataformas sociales de la serie ( Twitter, Facebook e Instagram), se llevaron a cabo estrategias enfocadas principalmente a la difusión de la serie, destacando conversaciones y temas de interés, para después recomendar contenidos transmedia a los usuarios.

**Promoción:** A través de redes sociales (Twitter, Facebook e Instagram), campañas de publicidad, prensa y eventos sociales.

**Link del proyecto:** <https://t1.larutadelapeste.com/>

### **3.5. Estrategia de divulgación y promoción**

#### **Captación:**

##### **Objetivo**

Conseguir 350 visitas a la Sala de Patrimonio Documental de la Biblioteca para junio de 2025.

##### **Estrategia**

Promover una serie de eventos mensuales que destaque la historia de Travesías Paralelas.

##### **Tácticas**

- Organizar visitas guiadas a la Sala de Lectura con la Escuela de Artes y Humanidades.
- Desarrollar un plan de pauta para promover los eventos.
- Enviar invitaciones personalizadas a profesores y estudiantes de la Escuela de Artes y Humanidades, destacando la relevancia de Travesías Paralelas para sus áreas de estudio.
- Crear publicaciones en redes sociales y en el sitio web de la Biblioteca que introduzcan la serie de eventos mensuales.



## Plan de pauta:

Intención	Canales	Tipo	Formato	Modelo	Segmento	Tiempo	Valor
Producto: Travesías Paralelas	Meta	Interacciones	Reel	CPV	Mujeres entre los 17 y 56 años de la escuela de artes y humanidades de EAFIT	Mensual	400.000
	Meta	Clic en el sitio web	Carrusel	CPC	Mujeres entre los 17 y 56 años de la escuela de artes y humanidades de EAFIT	Mensual	400.000
Inversión en plataformas						800.000	
Gestión y administración						600.000	
Inversión total						1.400.000	

**Captación**

Imagen 11. Plan de pauta captación

## Conexión:

### Objetivo

Lograr que 180 usuarias participen en el archivo histórico colaborativo para junio 2025.

### Estrategia

Crear una estrategia BTL que cuente con activaciones en diferentes lugares de la Universidad para dinamizar el proyecto fuera de la Biblioteca.

### Tácticas

- Forjar alianzas estratégicas con la Escuela de Artes y Humanidades para que las docentes nos visiten junto a sus estudiantes en alguna de sus clases.
- Participar con un servicio especial de la Biblioteca llamado 'bibliobici', en las ferias y eventos de la Universidad.
- Generar contenido en redes sociales con CTAs claros para fomentar la participación a través del Sitio Web.
- Lanzar un concurso de creación literaria, motivando a las usuarias a participar con sus cartas de viajes.



- Realizar activaciones mediante eventos de libre asistencia distribuidos en varios spots de la Universidad, como conciertos Tiny desk, lecturas en voz alta, cátedras abiertas, picnics literarios, lecturas de tarot, talleres de escritura, entre otros.

## Conversión:

### Objetivo

Generar 50 ventas de nuestros productos de merchandising para junio del 2025.

### Estrategia

Campaña de promoción “Palabras Viajeras”.

### Tácticas

- Desarrollar una parrilla de contenidos para redes sociales, centrada en la campaña de promoción “Palabras Viajeras”.
- Dirigir una campaña de mailing a usuarias frecuentes de la biblioteca, incluyendo estudiantes, docentes, investigadoras y mujeres vinculadas a la Universidad EAFIT sede Medellín.
- Plan de pauta en redes sociales.

### Parrilla de contenidos:

EJE TEMÁTICO	TIPO DE CONTENIDO	PLATAFORMAS	DESCRIPCIÓN	MES
Historia de viajeras	Publicación	Instagram	Narrar la historia de las viajeras, detallando quiénes son, de dónde vienen.	marzo 2025
Colecciones temporales	Publicación	Instagram y Sitio Web	Presentar y promocionar cada colección temporal y sus artículos correspondientes, lanzando una serie de productos especiales cada mes relacionados con un personaje de moda específico.	abril 2025
Personajes de moda	Historia y Publicación	Instagram Live	Mostrar el personaje de moda que representa la colección temporal ese mes y enfatizar en sus virtudes.	mayo, junio, julio y agosto
Eventos Especiales	Cobertura en vivo	Instagram	Organizar eventos especiales para promocionar y resaltar las ediciones limitadas de la colección y sus productos, utilizando la historia de las viajeras y personajes de moda como parte de la experiencia.	mayo y junio 2025

Imagen 12. Parrilla de contenidos



## Plan de pauta:

Intención	Canales	Tipo	Formato	Modelo	Objetivo	Tiempo	Valor
Producto: Travesías Paralelas	Meta	Tráfico	Carrusel	CPC	Tráfico al sitio web	Mensual	400.000
	Google	Display	Banner	CPC	Tráfico al sitio web	Mensual	800.000
Producto: Merchandising Travesías Paralelas	Meta	Tráfico	Post	CPC	Mensajes al DM	Mensual	600.000
	Google	Search	Texto	CPC	Tráfico al sitio web	Mensual	1.000.000
						Inversión en plataformas	2.800.000
						Gestión y administración	1.000.000
						Inversión total	3.800.000

Imagen 13. Plan de pauta conversión

## Satisfacción:

### Objetivo

Lograr un índice de reviews positivos del 85% para agosto de 2025.

### Estrategia

Crear un plan de medición de satisfacción del cliente.

### Tácticas

- Realizar encuesta de satisfacción física a usuarias frecuentes de la Sala de Lectura de Carmen Arriagada.
- Encuesta digital a través de redes dirigida a usuarias del proyecto.
- Luego de seis meses en función, realizar 10 entrevistas a usuarias del proyecto.



## Encuesta de satisfacción del cliente

En una escala del 1 al 5, donde 1 es muy bajo y 5 muy alto ¿Cómo calificarías las siguientes preguntas?

Encuesta de Satisfacción	1 😞	2 😐	3 😊	4 😄	5 🥰
¿Qué tan cómoda te sentiste en general durante tu participación en los talleres?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Consideras que este proyecto es un espacio adecuado y acogedor para las mujeres?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Sentiste que tus opiniones fueron tenidas en cuenta durante los talleres?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Sientes que dejaste un legado o contribución significativa a través de tu participación en el proyecto?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Te gustaron las temáticas abordadas en los talleres?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Consideras que las redes utilizadas para el proyecto fueron efectivas para la comunicación y participación?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Volverías a participar en un proyecto similar de literatura escrita por mujeres?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Imagen 14. Encuesta de Satisfacción del Cliente.

### Confianza:

#### Objetivo

Conseguir una recompra del 80% para el mes de diciembre de 2025.

#### Estrategia

Campaña de recompra para la colección “Saga Sibilina: Amplía tu colección”.

#### Tácticas

- Ofrecer una promoción especial a través de WhatsApp, correos electrónicos y publicaciones para motivar la recompra, a partir de nuestra base de datos. La promoción consistirá en un descuento del 15% por la compra de (2) accesorios de la colección “Saga Sibilina”.
- Se establecerán espacios estratégicos dentro del campus universitario con el propósito de destacar la colección actual “Saga Sibilina”. Y



simultáneamente, se promocionará la próxima colección del siguiente personaje de la saga, buscando intensificar el interés de los clientes y fomentar la adquisición de productos una vez estén disponibles.

- Se creará un espacio fotográfico temático de “Saga Sibilina”, donde los estudiantes que participen y muestren sus fotos en redes sociales recibirán un cupón de descuento. Este cupón les permitirá obtener descuentos al adquirir productos de la colección.

### **Compromiso:**

#### **Objetivo**

Conseguir 120 referidos para diciembre del 2025.

#### **Estrategia**

Campaña digital de red de referidos: “Saga Sibilina: tesoros del tiempo”.

#### **Tácticas**

- Envío de mailings a bases de datos de la marca, con la debida segmentación.
- Creación de un micrositio para la campaña.
- La persona que traiga a 2 referidos tendrá la oportunidad de vivir junto a ellos una tarde de experiencia creativa de diseñar su diario de viaje.

### **Medición del plan de mercadeo transmedia**

La medición del plan de mercadeo es una parte crucial para este proyecto transmedia, pues permite evaluar el éxito de los esfuerzos de marketing y hacer ajustes en consecuencia.

En esta sección, se describen los métodos o KPIs que se utilizarán para medir el rendimiento del plan de mercadeo, así como los objetivos específicos que se esperan alcanzar. Visualiza plan de medición de Métricas y Kpis en este enlace: [https://docs.google.com/spreadsheets/d/1KYeXZRRWfeXXg2h\\_9ZbqHJtVWBMKr5B1/edit#gid=1190027509](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1KYeXZRRWfeXXg2h_9ZbqHJtVWBMKr5B1/edit#gid=1190027509)



### 3.6. Presupuesto

En este apartado, se detallan los costos asociados a la producción y distribución de los contenidos transmedia del proyecto Travesías Paralelas, así como otros recursos necesarios para llevarlo a cabo.

Etapa	Actividad	Cantidad	Valor unidad	Total
Captación	Diseño de contenidos para el sitio web	12	\$200.000	\$2.400.000
	Creación de invitaciones personalizadas	600	\$18.000	\$10.800.000
	Contratación de expertos y talleristas	6	\$240.000	\$1.440.000
	Equipos, sonido y set up de los eventos			\$0
	<b>Total</b>			<b>\$14.640.000</b>
Conexión	Diseño gráfico piezas de comunicación	1	\$900.000	\$900.000
	Producción de contenidos	2	\$350.000	\$700.000
	Adecuación y mantenimiento de la bibliotec	1	\$400.000	\$400.000
	Premios para el concurso	3	\$600.000	\$1.800.000
	<b>Total</b>			<b>\$3.800.000</b>
Conversión	Diseño gráfico piezas de comunicación	1	\$900.000	\$900.000
	Mailings	3	\$190.000	\$570.000
	Pauta	4	\$950.000	\$3.800.000
	<b>Total</b>			<b>\$5.270.000</b>
Satisfacción	Desarrollo y ejecución de encuestas			\$0
	<b>Total</b>			<b>\$5.270.000</b>
Confianza	Estrategias de activación BTL	1	\$3.000.000	\$3.000.000
	Producción de contenido para la campaña	1	\$950.000	\$950.000
	<b>Total</b>			<b>\$9.220.000</b>
Compromiso	Diseño gráfico piezas de comunicación	1	\$175.000	\$175.000
	Micrositio de la campaña	1	\$980.000	\$980.000
	Mailings	2	\$190.000	\$380.000
	<b>Total</b>			<b>\$10.375.000</b>

*Imagen 15. Presupuesto*

Este esquema presupuestal está basado en una planificación cuidadosa y realista de las etapas del proyecto, así como las actividades que se ejecutarán en cada una de ellas y el gasto que implicarán.

### 3.7. Cronograma

Este proyecto de narrativa expandida Travesías Paralelas se desarrollará en cinco etapas: investigación, definición, diseño, implementación y publicación. Estas etapas se llevarán a cabo a lo largo de un año y medio académico, desde septiembre de 2023 hasta octubre de 2024. El cronograma se encuentra anexo en este enlace: [Cronograma de trabajo.xlsx](#)

### 3.8. Roles de proyecto

El equipo de trabajo está compuesto por cuatro mujeres, a continuación, se describen los roles ejercidos por cada una:



### **Valeria Martínez Correa**

Project Manager y productora

Coordina el equipo y la ejecución del proyecto, aportando valor mediante un seguimiento constante para alcanzar los objetivos establecidos. Se hace responsable de los recursos económicos para la consecución del proyecto, controlando los cronogramas y planes de trabajo, planificando desplazamientos y gestionando todos los aspectos logísticos necesarios.

### **Sara Mejía Restrepo**

Diseñadora gráfica y creativa

Responsable de la gestión del diseño gráfico, coherencia visual e identidad del proyecto, así como de cualquier cambio en estos ámbitos. Está presente en los momentos de ideación, expansión y cierre de tácticos de marketing y comunicación, con el objetivo de garantizar una propuesta de valor en espacios físicos y digitales.

### **Tatiana Sierra Hoyos**

Gestora de contenidos para entornos virtuales

Idea, crea y desarrolla contenidos en torno a la narrativa, en diversos formatos que contribuyan a la expansión del proyecto. Además, apoya en la gestión de los procesos de ejecución y desarrollo, acompañando las decisiones del equipo y organizando los requerimientos generales como la creación de guiones y ejecución de videos y producción de contenido en diferentes formatos.

### **Valentina Castaño Marín**

Creadora de contenidos y editora

Desempeña funciones de investigación periodística, observadora de testeos, free press y divulgación. Gestiona habilidades comunicativas, periodísticas y de edición, así como conocimientos en SEO y posicionamiento de contenidos. Además, desarrolla estrategias de difusión de los productos y acompaña las decisiones del proyecto considerando los niveles de interacción y participación de las usuarias.



### **3.9. Derechos y Copyright**

Consentimos y autorizamos que LA UNIVERSIDAD EAFIT adquiere sobre la creación intelectual del proyecto todos los derechos de uso y reproducción bajo cualquier manera o forma, permanente o temporal, mediante cualquier procedimiento; los derechos de traducción, adaptación, arreglo u otra transformación de la obra; el derecho de comunicación al público por cualquier medio o procedimiento; el derecho a la distribución pública; los derechos para autorizar la importación de copias, así como el alquiler comercial al público. LA UNIVERSIDAD EAFIT adquiere el derecho a realizar cualquier tipo de explotación que de las creaciones se pueda realizar por cualquier medio conocido o por conocer y si algún miembro del equipo quisiera sacar provecho de lucro o reconocimiento de parte o totalidad del proyecto deberá contar con el consentimiento y aprobación del Centro Cultural Biblioteca Luis Echavarría Villegas.

Nota aclaratoria: este proyecto se enmarca dentro una producción de espacios de promoción de lectura y escritura sin ánimo de lucro.

## **4. Especificaciones funcionales**

### **4.1. Mapa de plataformas, canales y productos / contenidos**

El mapa de plataformas es un elemento crucial en un proyecto transmedia, ya que proporciona una visión panorámica de las diversas plataformas y medios utilizados para contar una historia o transmitir contenido.

Este mapa sirve como una guía visual que muestra cómo se entrelazan y complementan diferentes canales, como redes sociales, sitios web interactivos, aplicaciones móviles, libros, películas, podcasts, entre otros.

Esencialmente, es un plano estratégico que ayuda a los creadores a navegar y gestionar la narrativa en múltiples plataformas, asegurando una experiencia cohesiva y envolvente para el público.

**El mapa de plataformas se encuentra anexo en este enlace:**

<https://bit.ly/mapadeplataformastravesiasparalelas>

### **4.2. Journey Map**

En este apartado se expone el journey map de Travesías Paralelas una herramienta fundamental para la planificación y organización del universo de este proyecto. Permite una clara visualización de las diversas plataformas y medios que se utilizarán para llevar a las usuarias a través de la historia. Detalla las distintas ramificaciones narrativas que se entrelazan en diferentes plataformas y medios, aspectos cruciales para la correcta ejecución de esta experiencia transmedia.



Además, se presenta un journey map alternativo el cuál tiene un enfoque al usuario que no se identifica como mujer y quiere conocer la historia del proyecto. Aquí el [enlace al journey map](#)

### 4.3 Detalle de las plataformas

A continuación, se encuentra la información de los niveles de la interfaz y usabilidad del proyecto detallada por cada plataforma:

<https://view.genial.ly/6636aac71b5cf00014887654>

#### Sitio web:

- **Mecánica de la interacción:** Las usuarias avanzan por niveles desbloqueando perfiles, historias y contenidos de cada viajera. Interacción mediante clics, scrolls y completar actividades para avanzar.
- **Interfaz y usabilidad:** Diseño intuitivo con navegación clara. Cada nivel presenta un nuevo contenido que se desbloquea al completar tareas o actividades.
- **Descripción del contenido y servicios:**
  - Mapa colaborativo: Contribución de las usuarias para crear una cartografía de mujeres viajeras.
  - Biblioteca Mujeres Viajeras: Conoce y presta en la Biblioteca libros físicos o digitales sobre viajes escritos por mujeres.
  - Membresía: Acceso a beneficios exclusivos.
  - Archivo histórico: contribución de un relato de viajes propio para pertenecer a la Sociedad Sibilina
  - Misión de búsqueda: Participación en las usuarias
  - Postales de viaje, diario de viaje de Virginia, audiocuento: Elementos visuales y narrativos de la historia.
- **Arquitectura de información:** Categorización clara de contenidos y servicios. Taxonomía basada en perfiles de viajeras, historias y contenido descargable.
- **Eventos clave:** Desbloqueo de nuevos perfiles, historias y contenido al completar niveles. Obtención de la membresía al completar todas las tareas.
- **Detalle del servicio:** Las usuarias acceden al sitio, se registran, completan tareas, interactúan con la comunidad y avanzan en los niveles para desbloquear contenido.
- **Interfaz del servicio:** Prototipado con elementos visuales atractivos, botones de navegación claros y áreas designadas para la interacción de los usuarios.



## Sala de lectura de Carmen Arriagada:

La Sala Carmen Arriagada es un espacio físico en la Biblioteca de la Universidad EAFIT en Medellín. Su propósito es brindar una experiencia única donde se fusiona la realidad y la ficción histórica.

En este espacio, se reúnen los elementos claves del proyecto Travesías Paralelas, y se pone a disposición de las usuarias para que puedan experimentar este mundo narrativo creado. A continuación, presentaremos un prototipo que detallará los componentes específicos de esta sala.

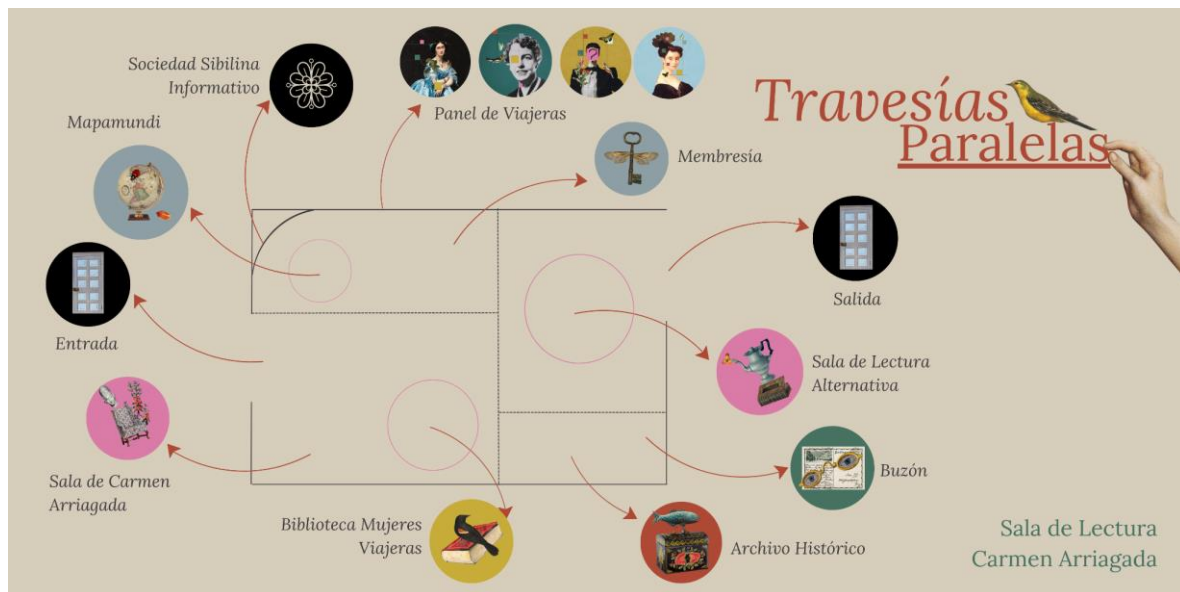


Imagen 16. Prototipo

Visualizar completo en: <https://view.genial.ly/654fe43a0d5a7900115cd6ba>

- **Mecánica de la interacción:** Interacción física con la narrativa y participación en actividades presenciales.
- **Interfaz y usabilidad:** Ambientación que transporta a las usuarias a la época y lugar de la historia.
- **Descripción del contenido y servicios:** Réplica física del espacio de Carmen Arriagada con actividades y acceso al archivo histórico.
- **Interfaz del servicio:** Diseño que recrea la época y ambiente de la historia, con elementos que facilitan la participación de las usuarias.



### **Biblioteca Mujeres Viajeras:**

- **Mecánica de la interacción:** Consulta y préstamo de libros físicos y digitales.
- **Interfaz y usabilidad:** Espacio digital de fácil navegación para acceder a los libros.
- **Arquitectura de información:** Categorización de libros sobre literatura de viajes escritos por mujeres.
- **Interfaz del servicio:** Diseño que facilita la navegación y consulta de libros, con elementos interactivos para la participación en consulta y préstamo.

### **Historias de Instagram:**

- **Mecánica de la interacción:** Consumo de contenido adicional de la historia principal.
- **Interfaz y usabilidad:** Uso de las funciones estándar de Instagram para visualizar historias.
- **Arquitectura de información:** Publicación secuencial de historias que complementan la historia principal.
- **Reglas de interacción:** Visualización de las historias y posible interacción con encuestas o preguntas.

### **Podcast:**

- **Mecánica de la interacción:** Escucha de episodios en SoundCloud.
- **Interfaz y usabilidad:** Uso de la plataforma SoundCloud para la reproducción de episodios.
- **Descripción del contenido y servicios:** Narración en primera persona de Kathleen sobre su vida y amistad con Virginia.
- **Arquitectura de información:** Organización de los episodios en una serie coherente.
- **Eventos clave:** Revelación de detalles importantes de la historia.

### **Cabina audiocuento:**

- **Mecánica de la interacción:** Escucha del final de la historia en la Sala de Patrimonio Documental.
- **Interfaz y usabilidad:** Uso de una cabina física para la reproducción del audio cuento.
- **Descripción del contenido y servicios:** Final de la historia narrado en audio.



- **Detalle del servicio:** Las usuarias escuchan el final de la historia en una experiencia inmersiva.
- **Interfaz del servicio:** Diseño de la cabina que facilite la reproducción del audiocuento.

### **Membresía:**

- **Mecánica de la interacción:** Obtención de recompensas por participación.
- **Interfaz y usabilidad:** Uso de la membresía para acceder a beneficios.
- **Descripción del contenido y servicios:** Beneficios exclusivos en la Biblioteca y en la agenda cultural de la Universidad.
- **Interfaz del servicio:** Diseño que muestra los beneficios y recompensas disponibles para las usuarias.

### **Bibliobici:**

- **Mecánica de la interacción:** Interacción física con la narrativa a través de una experiencia móvil que lleva el proyecto a diferentes lugares del Campus EAFIT.
- **Interfaz y usabilidad:** Diseño accesible y fácil de usar para las usuarias que interactúan con la Bibliobici.
- **Detalle del servicio:** Interacción con la Bibliobici en diferentes puntos del campus, escuchan el audio cuento y participan en actividades relacionadas.
- **Interfaz del servicio:** Diseño de la Bibliobici con dispositivos de audio accesibles y fáciles de usar, proporcionando una experiencia narrativa inmersiva.

## **5. Especificaciones de diseño**

### **5.1. Investigación visual y concepto**

El universo gráfico de Travesías Paralelas encuentra su identidad visual bajo tres variaciones de logo, las cuales nos proporcionan versatilidad y múltiples modalidades de uso.



Travesías  
Paralelas  
Solo Palabras Viajeras

Logo Tipográfico



Isotipo



Variación de logo

Aquí presentamos un logo tipográfico anclado al slogan de marca, un isotipo que representa el emblema y sello distintivo de la Sociedad Sibilina y una abreviación minimalista con las iniciales del proyecto.

### Elementos Complementarios

Para un look and feel llamativo y diferencial de la marca Travesías Paralelas implementamos visuales y elementos creados con collage art. El objetivo es obtener reconocimiento a través de piezas que refuercen la comunicación y narrativa del proyecto generando recordación.



Membresía



Biblioteca Mujeres  
Viajeras



Complemento de  
Logo Tipográfico



Mapa Interactivo

### Colorimetría

Seleccionamos colores vibrantes de alto contraste para conformar una paleta que se destaque por su versatilidad a través de tonos cálidos.

**Colores primarios:** en este caso el rojo simboliza la pasión, el dinamismo y la energía que caracteriza a nuestras protagonistas. Por su parte, el color crema transmite serenidad evocando sentimientos de elegancia, refinamiento y sofisticación.



**Colores secundarios:** seleccionamos una amplia gama de colores complementarios de naturaleza vintage asociados con tonos presentes en la naturaleza.



Imagen 17. Colorimetría

## Tipografías

Encontramos una combinación tipográfica equilibrada que denota una elegancia enriquecida por curvas modernas propias de una estética script.

Para los títulos seleccionamos por su fluidez la tipografía Lora, la cual nos permite evocar de manera sutil la caligrafía con que las cartas son escritas. Por otro lado, para el cuerpo de texto escogimos la tipografía de esencia minimalista Cooper Hewitt, la cual le proporciona legibilidad y claridad a todas las composiciones gráficas.





## Imagen 18. Tipografías

### 5.2. Prototipado

El prototipo es la versión inicial o modelo de los elementos de la experiencia transmedia, como aplicaciones, sitios web interactivos, videos o podcasts. Este actúa como prueba temprana para validar conceptos, funciones y la viabilidad técnica de la narrativa de Travesías Paralelas. Además, permite a las creadoras experimentar con diferentes enfoques y recopilar retroalimentación antes de comprometer recursos significativos en el desarrollo completo. El prototipado es fundamental para iterar y refinar la experiencia transmedia, garantizando su coherencia y efectividad en la entrega del mensaje o la historia.

En este punto se presenta, además de un podcast interactivo, un layout del sitio web principal del proyecto. Un layout es un esquema o diseño visual que representa la estructura y disposición de los elementos en una página web. Incluye la ubicación de los diferentes componentes, como el menú de navegación, el contenido principal, las imágenes, los botones interactivos y otros elementos gráficos. En este proyecto transmedia, el layout del sitio web principal es esencial porque sirve como el centro neurálgico de la experiencia digital. Aquí es donde el público puede acceder a información clave, participar en actividades interactivas, descubrir contenido adicional y sumergirse en la historia en múltiples niveles.

En la fase de prototipo, presentar el layout del sitio web principal es relevante por varias razones:

1. Claridad de visión: Permite al equipo y a los interesados visualizar cómo se estructurará y se verá el sitio web final. Esto ayuda a alinear expectativas y tomar decisiones informadas sobre el diseño y la funcionalidad.
2. Retroalimentación temprana: Presentar el layout en esta etapa permite obtener retroalimentación temprana de los miembros del equipo y partes interesadas. Esto puede ayudar a identificar posibles problemas de usabilidad, mejorar la navegación y refinar la experiencia del usuario antes de avanzar al desarrollo completo.
3. Validación de concepto: El layout del sitio web sirve como una representación tangible del concepto del proyecto transmedia. Mostrarlo en esta fase permite validar la viabilidad del diseño y la coherencia con la narrativa general del proyecto.
4. Guía para el desarrollo: El layout proporciona una guía clara para el desarrollo posterior del sitio web. Ayuda a los diseñadores y desarrolladores



a comprender la estructura y los requisitos de diseño, lo que facilita el proceso de implementación.

Ver [aquí el prototipo del sitio web](#)

\*Las imágenes implementadas son ilustrativas y son de dominio público.  
Tomadas de rawpixel

## 6. Especificaciones de evaluación

### 6.1. Resultados de evaluación con usuarios en prototipos de baja y media fidelidad

#### Escala Likert

Aquí un análisis de los resultados obtenidos luego de la evaluación del prototipo con usuarias.

En cuanto a la calidad del sonido y producción del podcast, las encuestadas estuvieron satisfechas con ella. Esto puede decirse pues de 14 mujeres encuestadas, doce le dieron un 5 de calificación a este punto, 2 le dieron un 4 y solo una lo calificó con 3 en una escala Likert de 1 a 5.

Las encuestadas hallaron el producto interesante, nueve de ellas calificándolo con un 5 de 5 en la escala Likert y cinco con un 4. Así mismo, lo consideraron útil para entender la historia entre Kathleen y Virginia, diez de ellas dándole un 5 y solo cuatro un 4.

A la mayoría de las encuestadas (doce de ellas) les pareció que SoundCloud, plataforma que alberga el podcast, es de muy fácil acceso, y la misma cantidad de personas calificaron con un 5 lo pertinente de presentar a modo podcast esta parte de la historia, así como lo atractivo del estilo de presentación de este formato.

En cuanto a lo mucho o poco que el podcast las motivó a interactuar y querer saber más del proyecto, once de las encuestadas dieron un cinco de cinco de calificación en la escala Likert, mientras que solo tres dieron un 4.

Las encuestadas recomendarían el podcast a otras mujeres. ocho de ellas dieron la mejor calificación en este punto, mientras que seis dieron la segunda mejor.

Ante la pregunta "Qué tan fácil es para ti identificar y reconocer nuestro podcast por su diseño visual en otras plataformas" siete de las encuestadas contestaron un 5 (Muy fácil), cinco le dieron un 4 y solo dos le dieron un 3.

Si hablamos de la navegabilidad del sitio web, basándose en el layout presentado dos de las encuestadas le dieron 5 de calificación (Muy sencillo de navegar), siete le dieron un 4, dos un 3 y tres dieron un 2. Es necesario analizar en este punto las razones que llevaron a obtener bajas calificaciones. Esto porque además en la



siguiente pregunta, la cual se refiere a cuán sencillo o no es encontrar los diferentes productos narrativos dentro del sitio web, solo una encuestada dio un 5 de calificación (muy sencillo), mientras que seis le dieron un 4, cinco un 3 y dos un 2.

Por último, si nos referimos a cuán fácil es encontrar el podcast dentro del sitio web, tres usuarias dieron un 5 de calificación (Muy fácil), tres le dieron un 4, cuatro calificaron con un 3 y otras cuatro con un dos.

En las observaciones generales destacan aquellas que sugieren posibles opciones para ubicar el podcast de manera más sencilla. Sin embargo, creemos que esta falencia tiene que ver con la manera en que presentamos los productos para este análisis de usuarias y no con la verdadera forma en que irán dentro de la plataforma una vez esté completo el proyecto.

## 6.2. Resultados de evaluación con prototipos funcionales

### Paseo cognitivo

- **Participantes:** Valeria Martínez Correa, Sara María Mejía Restrepo, Valentina Castaño Marín y Tatiana Sierra Hoyos.
- **Facilitador:** Valeria Martínez Correa.
- **Observadoras:** Sara María Mejía Restrepo, Valentina Castaño Marín y Tatiana Sierra Hoyos.
- **Usuaris:** Ana Camila Alvira Uribe y Paulina Vélez.

### Usuaris 1

- **Perfil Usuaris:** Ana Camila Alvira.
- **Edad:** 39 años.
- **Pasatiempos:** Leer, ver películas, le gusta pasar tiempo en casa.
- **Redes sociales que más usa:** Instagram y Twitter.
- **Contenidos que consume en redes sociales:** Humor, psicología, maquillaje, vida de artistas, cine independiente.
- **Necesidades de las mujeres dentro de la Universidad EAFIT:** Espacios de descanso.
- **Le gusta leer:** Ciencia ficción y poemas.
- No conoce sobre mujeres que escriben sobre literatura de viajes.

### Usuaris 2

- **Perfil Usuaris:** Paulina Vélez.
- **Edad:** 22 años.
- **Pasatiempos:** Cantar.
- **Redes sociales que más usa:** Instagram, Youtube y Pinterest.



- **Contenidos que consume en redes sociales:** Noticias, tendencias, humor y arte.
- **Necesidades de las mujeres dentro de la Universidad EAFIT:** Incomodidad alrededor.
- **Le gusta leer:** Novelas.
- No conoce sobre mujeres que escriben sobre literatura de viajes.

### **Paso a paso del Paseo cognitivo del layout:**

- El ejercicio se realizó en dos momentos diferentes, primero con una usuaria y luego con la otra.
- Valeria Martínez fue la facilitadora, dando la bienvenida a las usuarias con una breve introducción sobre cómo se realizaría el ejercicio, su objetivo y la tarea asignada: interactuar libremente con el layout.
- Después de explicar el ejercicio, se realizó una encuesta sobre los gustos, intereses, pasatiempos y datos demográficos de las usuarias, con el fin de conocer más sobre ellas.
- La prueba se realizó sin un tiempo establecido, con el fin de brindar a las usuarias mayor flexibilidad y obtener así una perspectiva más profunda de sus reflexiones. El tiempo total invertido por cada usuaria fue de aproximadamente 20 a 25 minutos.

### **Propósito:**

Nuestro objetivo con este ejercicio fue complementar nuestras investigaciones previas utilizando otra técnica de evaluación. A través de una muestra más pequeña, buscábamos tener una comprensión más cercana de las usuarias, evaluando en tiempo real los flujos de decisión en los sitios y micrositos en nuestro layout, y así comprender cómo se lograban conectar con nuestra narrativa. En particular, nos interesaba entender cómo las usuarias encuentran e interactúan con nuestro Podcast, el cual estaba hipervinculado en uno de los micrositos del layout.



## Evaluación:

<b>Problemas</b>	<b>Aportes, mejoras</b>
<p><b>Usuaría 1:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>-Pasó muy rápido la página web.</li><li>-No comprender exactamente qué papel tiene el Podcast dentro del layout y narrativa antes de escucharlo.</li></ul> <p><b>Usuaría 2:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>-No encontró el Podcast sin orientación de la facilitadora.</li></ul>	<p><b>Usuaría 1:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>-Le gustaría una guía para ubicarse mejor dentro de cada sección de la plataforma. (Mapa del Sitio al final)</li><li>-Le gustaría que se pudiera aclarar en la página el material real de la colección de Juan Kalb.</li><li>-Hacer más corto el Podcast.</li></ul> <p><b>Usuaría 2:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>-Colocar más indicaciones y recordatorios para informar/dar pistas sobre las diversas funciones o puntos de conexión dentro de los sitios.</li></ul>



<b>Opiniones textuales</b>	<b>Sugerencias del moderador (prueba)</b>
<p><b>Usuaría 1:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>-Le gusta pero le resulta un poco confusa la navegación.</li><li>-Le gustaría que la parte de tienda de regalos tenga descuentos, algún incentivo, y que entre más exploren las usuarias puedan ser recompensadas de alguna manera.</li></ul> <p><b>Usuaría 2:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>-Logra comprender el sentido general y funciones principales del layout.</li><li>-La cautivó el Podcast y comunicó que quisiese conocer más de la historia, además elogió mucho la voz de la narradora.</li><li>-Le gustó la propuesta de la página web.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Es necesario analizar el recorrido de las usuarias a la luz de un nuevo prototipo para mejorar la presentación del diseño, ya que el layout pudo haber introducido sesgos o no haber proporcionado una visión completa de la idea general del sitio web.</li><li>-Se recomendaría llevar a cabo una revisión completa de la exhibición de los diferentes productos para lograr que sea más atractivo y facilite el acceso a plataformas como el podcast.</li><li>-Se reconoce la importancia de hacer que la colección real de Juan Kalb sea más atractiva y visible en el sitio, logrando una mejor conexión entre la biblioteca y la colección en el proyecto.</li></ul>



## 7. Especificaciones de tecnología e implementación

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

Plataforma	Requerimientos
Sitio web	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elementos visuales por separado generados con software de imagen como Canva.</li> <li>- Servidor web para alojar la plataforma, puede ser un AWS o servidores propios de la universidad.</li> <li>- Acceso a internet.</li> <li>- Diseño UI.</li> <li>- Narrativa.</li> <li>- Programación por WordPress.</li> </ul>
Sala de lectura de Carmen Arriagada	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Espacio físico en el segundo piso de la Biblioteca de EAFIT.</li> <li>- Cartelera en plotter que irá en una de las paredes y desglosará con detalle toda la narrativa.</li> <li>- Mobiliario (Tanto sofás para sentarse, como estantes para acomodar la biblioteca de mujeres viajeras.</li> <li>- Libros que compondrán la biblioteca de mujeres viajeras.</li> <li>- Dos pantallas de 78 pulgadas que reproducirá videos alusivos a la narrativa.</li> <li>- Insumos para escritura de cartas (Papelería).</li> <li>- Mapamundi interactivo.</li> </ul>
Historias de Instagram	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elementos visuales de 1080 x 1280 px por separado (software de imagen como Canva).</li> <li>- Acceso a internet.</li> <li>- Cuenta de Instagram desde la cual se puede ingresar al perfil de la Biblioteca EAFIT.</li> </ul>



Cabina de audio cuento	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sonidos que incorporen en el cuento (Sistema de grabación, software de edición de audio a 48 KHZ).</li> <li>- Grabador y reproductor de audio.</li> <li>- Auriculares.</li> <li>- Cabina física, POP en cartón de 200 cm x 90cm</li> </ul>
Podcast	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Audios que construyen el paisaje sonoro del podcast.</li> <li>- Narrativa.</li> <li>- Sistema de grabación, software de edición de audio (Adobe Audition).</li> <li>- Peso promedio de los archivos 2.8 MB.</li> <li>- Cuenta con la plataforma SoundCloud para alojamiento.</li> <li>- Acceso a internet.</li> </ul>

## 7.2. Gobierno del proyecto

Nuestro proyecto gestiona sus contenidos de manera centralizada y compartida. Todos los materiales, incluyendo videos, audios, piezas gráficas, registros fotográficos y formularios junto con documentos de diseño, se almacenan en una carpeta de la nube en Google Drive. Esta carpeta está vinculada a los correos de cada una de las integrantes y es administrada por la Diseñadora gráfica y creativa, Sara Mejía. Las demás integrantes del proyecto tienen acceso compartido para agregar nuevos contenidos en el futuro.

Los contenidos compartidos en plataformas públicas como SoundCloud e Instagram permanecerán visibles indefinidamente. Valeria Martínez Correa, la Project Manager, se encarga de administrar estas cuentas, incluyendo el acceso, las publicaciones y las actualizaciones periódicas.

El sitio web del proyecto estará disponible en la plataforma montada en WordPress alojada en hosting del ecosistema de laboratorios (Medialab) de la Universidad EAFIT. La plataforma será administrada y actualizada por Valeria Martínez Correa.

En cuanto a los canales análogos como la Sala de la Lectura y la Cabina de audio cuento permanecerá de forma itinerante el tiempo que la Biblioteca de Universidad EAFIT lo considere pertinente.

Por último, respetando las políticas de habeas data, se usaron consentimientos informados para la recolección de datos personales al evaluar los diferentes puntos del proyecto y se registraron en un archivo de Excel, administrado exclusivamente por nosotras.



## 8. Adjuntos

Formato de encuesta demográfica a usuarias: [Travesías Paralelas - Escuela de Artes y Humanidades - Formularios de Google](#)

Guión podcast La Bitácora:

[https://drive.google.com/drive/folders/17Ifi9vLE2HWY7urmJ-JFUpMg\\_oJFrky](https://drive.google.com/drive/folders/17Ifi9vLE2HWY7urmJ-JFUpMg_oJFrky)

Formato de encuesta para validación de prototipo de media fidelidad a usuarias: [¿Qué te pareció la experiencia? \(google.com\)](#)

Podcast: [La Bitácora de Kathleen Romoli](#)

Prototipo de la [Sala de Carmen Arriagada](#) en realidad aumentada

[Cartografía de mujeres viajeras](#) en realidad aumentada



## 9. Bibliografía

Aínsa, F. (2018). *La invención literaria y la reconstrucción histórica*.  
[https://drive.google.com/file/d/1vcQrjo8sUs5\\_obAzGk3HEKv4TRR\\_qLPI/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1vcQrjo8sUs5_obAzGk3HEKv4TRR_qLPI/view?usp=sharing)

Archivo General del Estado de México. (n.d.). *Archivo General del Estado de México*. <https://agemex.edomex.gob.mx/>

Banco de la República. (2021). *Viajeros por Colombia*.  
<https://www.banrepcultural.org/galeriahistorica/transporte.htm>

Barco Cebrián, L. C. (2017). *Literatura femenina de viajes: aproximación a la visión de España en los relatos de seis escritoras foráneas*.  
<https://drive.google.com/file/d/1YlrBfxwoMzQVwVvBuZsrOIUDAGglXSS1/view?usp=sharing>

Cañete González, A. del C., Mestre Gómez, U., & Cedeño Marcillo, G. M. (2015). *Concepciones teóricas sobre promoción cultural y patrimonio. Su importancia para la preservación del patrimonio cultural en las comunidades*.  
[https://drive.google.com/file/d/18iOMcdGzKd2He51y6YcAkRcvLa\\_K\\_BMP/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/18iOMcdGzKd2He51y6YcAkRcvLa_K_BMP/view?usp=sharing)

De Fernández, N. M. F. (2011). *Relación entre la Ficción y la Historia*.  
<https://www.cervantesvirtual.com/obra/relacion-entre-la-ficcion-y-la-historia/>

Escuela Nacional Sindical. (2016). *María Cano (1887-2007): Una voz de mujer les grita*. <https://www.ens.org.co/wp-content/uploads/2016/12/DOCUMENTOS-DE-LA-ESCUELA-67-Mar%C3%ADA-Cano-1887-2007-Una-voz-de-mujer-les-grita.pdf>



EAFIT. (2016). *EAFIT es la nueva casa del testimonio viajero de Juan Kalb*. <https://www.eafit.edu.co/sitionoticias/2016/eafit-casa-testimonio-viajero-juan-kalb>

Medialab EAFIT. (2019). *La Fanfarria Farragosa*. <https://medialab.eafit.edu.co/fanfarria-farragosa/>

Perkowska, M. (2008). *Historias híbridas: La nueva novela histórica latinoamericana (1985-2000) ante las teorías posmodernas de la historia*. <https://drive.google.com/file/d/1tTUPSPnaVdXzfR2mPRLZqynCmBo3K1Wf/view?usp=sharing>

Pons, M. C. (1996). *Memorias del Olvido: Del Paso, García Márquez, Saer y la novela histórica de fines del siglo XX*. <https://drive.google.com/file/d/1ZOoRpcK0dVuqzjZ2ogmRzU7LY0GcQ4si/view?usp=sharing>

Repositorio EAFIT. (2022). *Recuerdo Férreo*. <https://repository.eafit.edu.co/handle/10784/32067>

Romoli, K. (1941). *Colombia: Gateway to South America*.

RTVE. (2015). *El Ministerio del Tiempo*. <https://www.rtve.es/play/videos/el-ministerio-del-tiempo/>

RTVE. (2015). *Las Sinsombrero*. <https://www.rtve.es/lassinsombrero/es/webdoc/>

RTVE. (2019). *Mil mujeres asesinadas*. <https://lab.rtve.es/mil-mujeres-asesinadas/>

Universo transmedia "La Peste". (2022). *Creadores*. <https://lapeste.movistarplus.es/>

YouTube. (2018). *Viajeros extranjeros en Colombia*. [https://www.youtube.com/watch?v=wi4SAKIFkqY&ab\\_channel=EAFIT%2B](https://www.youtube.com/watch?v=wi4SAKIFkqY&ab_channel=EAFIT%2B)

Viajar en la Edad Media: XIV Seminario Multidisciplinar de Historia Medieval. (2020). <https://www.ucm.es/amcytme-historiamedieval/viajar-en-la-edad-media>