



PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE CHILE

Diseño | UC
Pontificia Universidad Católica de Chile
Escuela de Diseño

REFLE XIONATE

*Un espacio reflexivo en
construcción colectiva*

Alumna María José Soto Williams
Profesor guía Andrés Vilella Chacón

Tesis presentada a la Escuela de Diseño de la
Pontificia Universidad Católica de Chile para
optar al título profesional de Diseñadora

Agosto 2021
Santiago, Chile

Fotografía: Fernando Prado Becerra



PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE CHILE

DISEÑO | UC
Pontificia Universidad Católica de Chile
Escuela de Diseño

REFLE XIONATE

*Un espacio reflexivo en
construcción colectiva*

Alumna María José Soto Williams
Profesor guía Andrés Villela Chacón

Tesis presentada a la Escuela de Diseño de la
Pontificia Universidad Católica de Chile para
optar al título profesional de Diseñadora

Agosto 2021
Santiago, Chile

Dedicado a todxs mis cercanos y a quienes participaron de este intenso proyecto, tuvieron paciencia y ofrecieron su ayuda. En especial a Benjamín, Cristóbal, Asunción, Trinidad, Amanda y CG por siempre estar.

A Andrés y al equipo de corrección, por lograr estos proyectos juntxs.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1.1 Abstract	pág.07		
1.2 Motivación personal	pág.08		
1.3 Introducción	pág.09		
		4.1 Levantamiento de oportunidad	pág.48
		4.2 Metodología para la visualización de datos	pág.49
		4.3 Elección y filtro de datos	pág.42
		4.4 Narrativa web	pág.53
		4.5 Prototipado y usabilidad de interfaz	pág.54
2.1 Contexto histórico	pág.12		
2.2 Mundo digital	pág.19		
2.3 El poder de la imagen	pág.22		
2.4 Instagram como medio	pág.24		
2.5 Diseño como articulador	pág.26		
2.6 Lo necesario de reflexionar	pág.30		
		5.1 Etapa 1: de los datos a la información	pág.58
		5.2 Etapa 2: de la información a la representación visual	pág.62
		5.3 Etapa 3: de la representación a la comprensión	pág.66
		5.4 Propuesta final	pág.77
3.1 Levantamiento de oportunidad	pág.33		
3.2 Formulación	pág.34		
Objetivos	pág.33		
Referentes	pág.36		
Antecedentes	pág.40		
3.3 Contexto de implementación	pág.43		
3.4 Usuarios	pág.45		
		6.1 Proyecciones: futuras estrategias para su implementación	pág.88
		6.2 Conclusiones	pág.91

Documentos	pág.94
Medios electrónicos	pág.94
Medios audiovisuales	pág.95
Comunicaciones personales	pág.95
Figuras	pág.96

Estructura encuesta utilizada	pág.100
Respuestas agrupadas	pág.102
Respuestas opiniones	pág.105
Fórmula nivel de confianza	pág.113
Consentimientos	pág.114
Pauta testeo I	pág.116
Pauta testeo II	pág.117
Resumen resultados de tareas	pág.120

01

INTRODUCCIÓN

Consejos a tomar en cuenta para la lectura: si bien se propone un orden, se puede apretar la barra de índice en cada capítulo, para volver a este y elegir otro capítulo y personalizar el modo que desee. Habrán otros elementos interactivos indicados en ciertos capítulos.

En este recuadro se describe brevemente el contenido de cada capítulo, así como en este se encuentra el abstract, la motivación personal y un texto introductorio a la memoria.

Abstract

Las redes sociales constituyen una herramienta de difusión, registro y encuentro de gran utilidad para movimientos sociales, tal como el pasado Estallido social. Para los jóvenes santiaguinos, quienes fueron protagonistas del movimiento, hay una fuerte influencia en su actuar a través del uso de redes sociales.

El presente trabajo se propone analizar y exponer las vivencias de los jóvenes en Santiago de Chile, durante el período de octubre a diciembre de 2019. Estas experiencias se ven eternizadas en las historias de Instagram plasmando el impacto generado en la época con un exceso de material audiovisual.

Se desarrolla una narrativa web interactiva, que traduce información obtenida a partir de una propuesta de modelo experimental, el cual recolecta datos interactuando directamente con el usuario/co autor. Sus objetivos están vinculados con la promoción de espacios virtuales de reflexión personal. Esta propuesta busca exponer la experiencia web desde la postura de recordar, comparar y reflexionar. Usando el diseño como operador cultural, con elementos del activismo de diseño, el diseño participativo y la visualización de datos.

Palabras clave:

Estallido social, Jóvenes, Diseño como operador cultural, Co autor, Experiencia interactiva digital

1.2

Motivación personal

Desde pequeña soy una persona de opinión fuerte e ideas que no encajaban en cualquier lugar. Buscando un espacio diferente en donde desenvolverme inicié un camino por scout, un espacio donde mis ideas encontraron dónde desenvolverse y potenciar áreas como el liderazgo, la enseñanza creativa y la reflexión.

Eternamente agradecida, fue momento de darle fin a esta etapa, así como mi paso por la escuela de diseño, que estaba por terminar. Esto me motivó a encontrar un espacio para despedirme de ambas experiencias, las cuales sin motivo alguno se vieron afectadas por el pasado movimiento social en Chile de 2019.

Ante no poder ser indiferente al contexto social actual, es que nace Reflexiónate, un espacio que permite juntar ambos mundos. El cual plasma mi interés por el comprender, por la crítica, la justicia y la reflexión, además de explorar en distintas aristas del diseño como el activista, el expositivo y el diseño de información, desde un diseño activador de diálogo, que permite dar empatía al usuario como individuo y no como población o una muestra de ella.

Introducción

Desde los años 60' los movimientos sociales tornan su enfoque hacia los cambios sociales, relacionados con los pilares de una sociedad: ideología, identidad y cultura (de la Garza, 2011). Son movimientos de carácter glocal, que hoy reflejan la crisis del modelo neoliberal a través de movimientos como el pasado Estallido social en Chile de 2019.

Desencadenado con el alza de 30 pesos y evasiones a esta, pero articulada con consignas de antaño y otras actuales. Pide ampliar los espacios democráticos^[1], poner fin a abusos que permite el modelo económico, ser consciente con el futuro, entre otras cosas. Movimientos actuales como este, robustecen el protagonismo de los jóvenes, los cuales son objeto de estudio del proyecto.

Caracterizados como estudiantes que defienden la educación pública secundaria y universitaria según los últimos movimientos y manifestaciones previas, pero también velan por el futuro de los que vendrán, para una vida digna. Según la encuesta participación, jóvenes y consumo de medios un 61% formó parte de alguna manifestación en la vía pública, y un 64% utilizó redes sociales y otras aplicaciones para manifestarse (Scherman, *et al.*, 2020). Dando indicios de una posible influencia de las redes sociales sobre su actitud ¿será así? ¿Por qué este interés político no se ve en las papeletas de votación ciudadana?

Al mismo tiempo, son generaciones inmersas en lo digital, generando una mezcla entre activismo físico y activismo digital, que da espacio a una nueva experiencia. Es así como

se modifican los medios de difusión y las redes digitales también ¿toman su espacio?, donde las más populares en Chile se utilizan al menos una vez al día (Cadem, 2019).

El uso de las tecnologías digitales, en este caso el Smartphone, revoluciona y democratiza la captura de imágenes, se pasa de recordar a algo cotidiano e instantáneo. Dando pie a caracterizaciones de los jóvenes actuales como *voyeuristas*, es decir, observadores de la vida ajena (Fontcuberta, 2016) donde la imagen pasa entonces a ser parte de su *estar* en el mundo (Concha, 2011).

Esto se ve reflejado en el uso de redes sociales durante la rebelión de octubre, donde existía una participación colectiva física y a la vez una participación conectiva. La cual se dio gracias a la captura de imágenes constante, a través de dispositivos móviles y plataformas como Instagram, que fueron cargados de esta sobre información por una “autocomunicación de masas” (Rovira, 2012).

Dicho esto, se propone desde el diseño como operador cultural, una narrativa interactiva online que permita promover espacios de reflexión. Para esto se propone un modelo experimental de recopilación de datos a través del diseño co participativo, y también se utiliza posteriormente una metodología de visualización de datos de Engelhardt y Düstler. Todo esto influenciado por un diseño activista, que lleva intrínsecamente una declaración política informativa^[2], que busca ayudar a interpretar y canalizar estos cambios sociales (Rawsthorn en Tironi, 2017).

^[1] término de Pleyers, 2018

^[2] (Markussen, 2015)



“No veía venir un estallido, cuando quemaron todo fue gran shock, después ya nada me sorprendía”

Co autxr, gen. Z

02

MARCO TEÓRICO

Sin duda una de las principales condiciones que nos diferencian de otras especies es el razonamiento, nuestras ideas plasmadas: desde las primeras pinturas rupestres en las cavernas, los libros, hasta las fotografías, parecieran formar parte del cotidiano del ser humano.

A continuación, los tópicos que guiarán esta sección pasarán desde la definición del Estallido social, cómo los jóvenes fueron el actor principal y el nivel de conectividad, el potencial de mostrar la experiencia personal a través de la visualización de datos desde una co-autoría.

Además, como parte importante para la connotación de este proyecto se hizo referencia al activismo de diseño y la misión de traducir esta información para digerir uno de los últimos acontecimientos a nivel nacional, al menos desde cierto punto individual.

2.1.1 Movimientos sociales

Los Nuevos movimientos sociales (NMS)^[3] se caracterizan por un enfoque en los nuevos actores sociales y no tanto en las estructuras, generando una transformación social a través de pequeñas acciones cotidianas que tienden a la autonomía y la construcción de identidades sociales (Ghon en Parra, 2005). Su **paradigma político** es **mantener la paz**, velar por los **DDHH** y **trabajos alienados** (es decir, antes se buscaban cambios económicos, hoy sociales). Los **valores** de estos levantamientos son la **autonomía e identidad opositora**.

Entonces buscan cambios relacionados con el trasfondo de una sociedad: **ideología, identidad y cultura** (de la Garza, 2011). Según Martí i Puig, “se podría afirmar que un movimiento social es un agente de influencia y persuasión que **desafía las interpretaciones dominantes** sobre diversos aspectos de la realidad, incidiendo así en todos los ámbitos de la política”.

Otra forma de analizar los NMS es ver teorías que respaldan estos movimientos acordes a su índole -en torno al género, anarquistas, marxistas, entre otros- dando influencia sobre los movimientos populares. Su marco cognitivo son los **significados compartidos**, que impulsan a la **acción colectiva** (así se diferencia por envergadura de solo un grupo pequeño manifestándose).

Durante la última década se intensifican las protestas a nivel mundial, como consecuencia de medidas macroeconómicas lideradas por organismos internacionales, basadas en las leyes de mercado, privatizar lo estatal, mercantilización del bienestar social y la explotación de la naturaleza, etc (Pleyers, 2018).

^[3] Desde la Sociología existen 3 teorías más importantes desarrolladas:

- Teoría de la Sociedad de Masas (asociada a Freud 20'-40')
- Teoría de la Movilidad de Recursos (acorde a los movimientos y demandas de los 60' 70')
- Teoría de los Nuevos Movimientos Sociales, en adelante NMS (de la Garza 2011).



[izq] Mayo francés
[der] Mov. estudiantes
2011 en Chile

[izq] II ola feminista 60'
en Chile durante dictadura
[der] IV ola feminista 10' -



[izq] Resistencia obrera
a la dictadura, Argentina
[der] Crisis sanitaria
Latinoamérica



[Fig.1] collage movimientos
de la década de los 60' y de
"hoy", con causas similares.
Elaboración propia.

2.1.2

Estallido social

A mediados de octubre de 2019 se desencadena un Estallido social en territorio nacional, para algunos autores sin precedentes (Rivera-Aguilera *et al.*, 2021) y otros aseguran haberlo visto venir (Mayol, 2020). Las calles de Santiago fueron testigo de miles de manifestantes que protestaban por justicia social, demandando cambios que se traducen en este “poner fin” al sistema neoliberal que nos rige y tiene en crisis como Latinoamérica (Rivera-Aguilera *et al.*, 2021).

Los reclamos iniciaron en contra del alza del precio tarifario, con la evasión y salto a torniquetes del Metro, pero rápidamente escaló y pudimos notar lo que se resume en la consigna «No son 30 pesos, son 30 años», siendo de los pocos movimientos que reúne a todas las edades, lo que genera un nuevo sentido de identidad colectiva, gente de todos los barrios se encuentran en la actualmente llamada “Plaza Dignidad” un reconocido 25 de octubre de 2019, que un año después se transforma en el día que dijimos «Apruebo, convención constitucional» ante una constitución que para muchos, no nos representa.

La particularidad del malestar social chileno es el encauce que tiene de varios movimientos pasados, más nuevas demandas que se han ido sumando con los años. El análisis se hace más interesante y

a la vez complejo, debido a sus múltiples consignas. Además es uno de los pocos movimientos que reúne a todas las edades, generando un nuevo sentido de identidad colectiva, gente de todos los barrios se encontraban en la informalmente llamada “Plaza Dignidad”, visto desde Santiago.

***“Porque considero que el sistema político es anticuado y poco personalizado”.*^[4]**

Es interesante cómo el ser humano vive una evolución tecnológica -su propio invento- y aumenta su sensación de poder, pero descuida el sentido social y la democracia. En la última década se han ido dando diversas olas de movimientos sociales respecto a la ecología, la discriminación racial, de género y diversidades. Por sobre todo en Latinoamérica, cuna del experimento Neoliberal que expresa sus primeras fisuras, al menos en Chile, con las revoluciones pingüinas en 2006 y 2011, la implementación fallida del Transantiago, las exposiciones de casos de abusos dentro de la iglesia (el primero en 2011 con Karadima), las marchas feministas (8M 2018) y tantos otros movimientos donde la juventud va tomando un rol protagónico. “La desconexión entre las elites políticas y la ciudadanía se ha expresado de manera estridente” (Herrera; Pozo, 2020).

^[4] Estas son frases recopiladas para el desarrollo de proyecto. En este caso se les preguntó por qué no compartirían una postura diferente a la suya, en sus perfiles de Instagram. Ver anexos



[Fig.2] collage E.s
Elaboración propia.

2.1.3

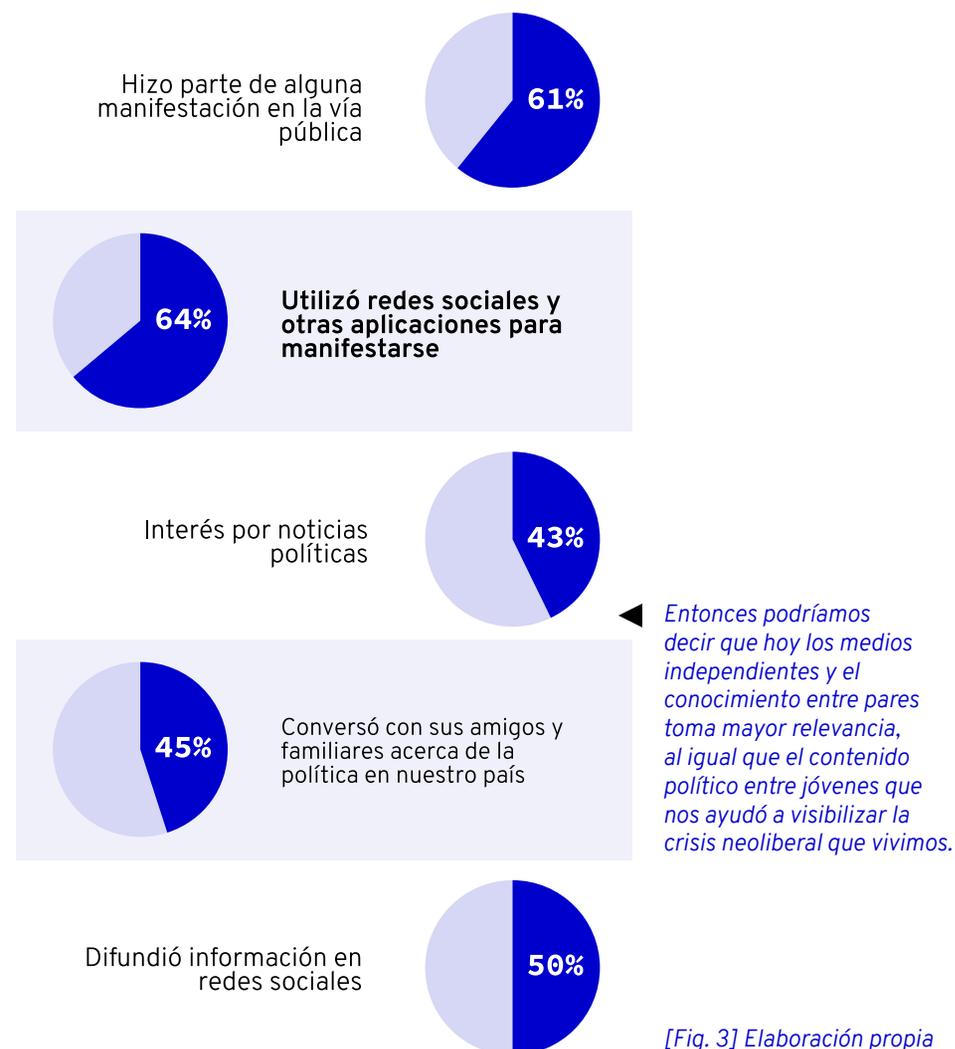
Jóvenes: nativos digitales

[2.1.3.1] ACTOR PRINCIPAL EN MOV. SOCIAL

En el último tiempo, ya sea en los movimientos alteractivistas de 2011 o los estallidos de 2019, sin lugar a duda, se destaca la participación juvenil que viene autoorganizada, sin miedo y con ganas de revolucionar la forma de hacer política, a través de la democratización de espacios (Pleyers, 2018). Estos actores sociales precarizados y marginales luchan no solo por la dignidad de los trabajadores sometidos a medidas radicales del orden económico mundial, sino que ponen énfasis en el riesgo de las futuras generaciones humanas y no humanas.

En el caso chileno, son estudiantes escolares y universitarios que exigen oportunidades, que combinan formas convencionales de movimientos sociales clásicos (con acciones como recorrer el centro marchando con cánticos hasta llegar a la Moneda) y algunos novedosos, producto de la conectividad que reconfigura la manera en que se desenvuelve (permite experimentar saltos de torniquetes sin siquiera haber salido, generar convocatorias o ser trending topic a nivel mundial).

En tanto a cifras, la **encuesta Participación, jóvenes y consumo de medios** (Scherman et al., 2020), expone lo siguiente:



Al mismo tiempo, se presenta la dicotomía en la que por una parte buscan defender la democracia y los derechos, y por otra se distancia de procesos de participación formal y muestra desinterés por las instancias electorales (Armador *et al*, 2021). Relacionado quizás con la falta de líderes concretos del movimiento y el bajo nivel de aprobación a instituciones políticas.

Tal como en Hong Kong, Ecuador, Argentina, medio oriente o actualmente en Colombia estas manifestaciones juveniles se caracterizan por ser directas, con acciones artísticas y colectivas (Vommaro, 2017). Al mismo tiempo, destacan en acciones conectivas que llevan estrategias de replicación, intercambio entre creadores de contenido, por medio de textos multimodales-performativos (Armador *et al*, 2021).



[fig.4] Material recopilado de los co autorxs.

[2.1.3.2] NATIVOS DIGITALES

Desde una mirada global, la juventud actual, como bien señala el nombre de su generación, son nativos digitales. Las redes sociales, videojuegos, Apps, etc, nos permiten crear un “otro yo”, que es la fantasía de quienes queremos ser. Además de vivir en la privacidad, a la vez situados en una tarima, donde la mayoría de los jóvenes, influencers y celebridades viven para su público. Buscando máscaras, indumentaria, símbolos y demases, para armar una apariencia que haga creíble quiénes dicen ser. Es así como también se toma un rol más activo, donde te informas, pero también puedes informar, haciendo el contenido compartido algo propio (una política digital). Qué tanto se popularice dependerá de las estrategias tomadas al momento de crear el contenido, lo cual mencionaremos más tarde (Valderrama, 2016). Al respecto, Zygmunt Bauman señala lo siguiente:

“ Los adolescentes equipados con confesionarios electrónicos portátiles no son otra cosa que aprendices entrenados en las artes de una sociedad confesional, una sociedad que se destaca por haber borrado los límites que en otro tiempo separaban lo privado de lo público, por haber convertido en virtudes y obligaciones públicas el hecho de exponer abiertamente lo privado”.

(Bauman, 2007)

^[5]Plataformas centradas en la imagen, como lo fue Fotolog o lo es Tik Tok hoy, programas de T.V como los reality show, ejemplifican esta actitud de observadores de la vida ajena. Así como la imagen de portada, muestra la necesidad de documentar eventos masivos con el teléfono móvil o cámaras.

A este fenómeno, el sociólogo polaco lo denomina como “voyeurismo universal”, donde nos volvemos observadores de vidas ajenas de las que nos sentimos coprotagonistas (Fontcuberta, 2016). El capturar todo constantemente a través de la fotografía funciona como una bitácora de lo cotidiano, donde se satisface este impulso escópico de “querer ser visto y mirar”.^[5] La imagen pasa entonces de ser parte constitutiva de la experiencia, a ser parte de nuestro estar en el mundo (Concha, 2011).

Nuestras políticas fuera de línea y nuestro bagaje cognitivo nos impide cambiar, nuestros avatares cambian poderosamente como pensamos y nos comportamos (Yee 2014). Esto lleva a la idea de si realmente en este punto de inmersión digital, sigue existiendo un yo Offline separado del yo Online.

2.2.1

Redes sociales en Estallido

Indudablemente el mundo digital está presente en la vida de los jóvenes, tal como expone Cárdenas: Los jóvenes chilenos durante protestas subsistían en tres espacios enfrentando las acciones de Gobierno: “*las calles, las aulas y las pantallas*” (Herrera; Pozo, 2020). Dispositivos como el smartphone pasan a ser una extensión del cuerpo, que nos permite tomar registro de nuestras vidas o formar una imagen de lo que queremos que sea.

“Mis redes sociales muestran quién soy y no quiero ser asociada a lo que no pienso”.^[6]

Una plataforma dedicada al photosharing y especialista en esto es *Instagram* que, gracias a su inmediatez, permite viralizar contenidos compartidos a través de *historias* que duran 24 horas, dando la sensación de no poder ser rastreado. “Las redes sociales brindan una amplia variedad de posibilidades para promover la participación entre los jóvenes, especialmente en manifestaciones de protesta. Presentando personas en línea sin conexión. Redes sociales/Apps como *Facebook* o *Twitter* facilitan el acceso a un gran número de contactos, aumentando la probabilidad de alcanzar masa crítica. También pueden promover la construcción de la identidad social e individual -info relevante para la actividad de protesta- permitiendo múltiples canales para la retroalimentación interpersonal y la aceptación de los compañeros y el fortalecimiento del

grupo” (Schermam *et al.*, 2015). Es así como una red social, *Instagram*, puede transformarse en un centro de información, tal como un coautor del proyecto señala:

“Creo que la marcha marcó un antes y un después en la opinión de la gente, ya nadie se sentía ajeno a las demandas. Y con respecto al proyecto de la nueva Constitución, creo que fue una salida para algunos y una medida parche para otros por el modo en que se llegó, pero de ambas formas causó mucho revuelo”.^[4]

En ello podemos ver el efecto del mundo digital sobre el físico, “nadie se sentía ajeno a las demandas”, si bien no se puede generalizar, sin siquiera haber asistido a toda manifestación, haber estado en toda violación a los derechos humanos, la evidencia estaba y afectaba profundamente en el compromiso de los ciudadanos con la causa desplegada en las calles a lo largo de Chile. Es así como estas plataformas online van formando nuevos nodos de interacción social, donde una gran cantidad de personas tiene acceso en cualquier momento y lugar (Gómez, 2012). El que las redes sociales influyeran e identifiquen a las masas, o sean una vía para los que se quieran hacer oír en el ámbito político, no es algo nuevo. Desde el estallido de la “Primavera Árabe” en 2011, generan un gran interés, así como en el 15-M de España (Herrera; Pozo, 2020).

^[6] Recopilación info en anexo: Pregunta sobre qué hito fue el más importante del Estallido social y por qué.

2.2.2

Niveles de conectividad en Chile

A nivel Latinoamérica, Chile es el país con mejor velocidad de internet móvil^[7], lo que se ve reflejado en que 9 de 10 personas tienen un celular con 4G (Subtel, 2020). De estas todas en constante conexión con el móvil^[8] y residualmente con el otro “sujeto” con el que se comunican, quien en realidad “aparece” en términos icónicos (Concha, 2011). Es decir, son relaciones “pantállicas”, como dice Debord, una relación social entre personas mediadas por imágenes, donde consumimos una ilusión.

Para Juan Martín Prada (2018), un síntoma de esta nueva configuración de mundo es, justamente, la creación de las redes sociales online, que responden a la necesidad básica del ser humano, de estar donde todos están; hablamos en este caso, de la necesidad de pertenencia. A nivel nacional, el 91% de los chilenos revisa su celular apenas tiene tiempo libre, lo que traduce una gran dependencia de consumo de contenido o producir constantemente imágenes. Es como que el objetivo fuese construir una “narrativa fotobiográfica constante, instantánea y efímera que es rápidamente publicada en la web” (Garrido, 2019).

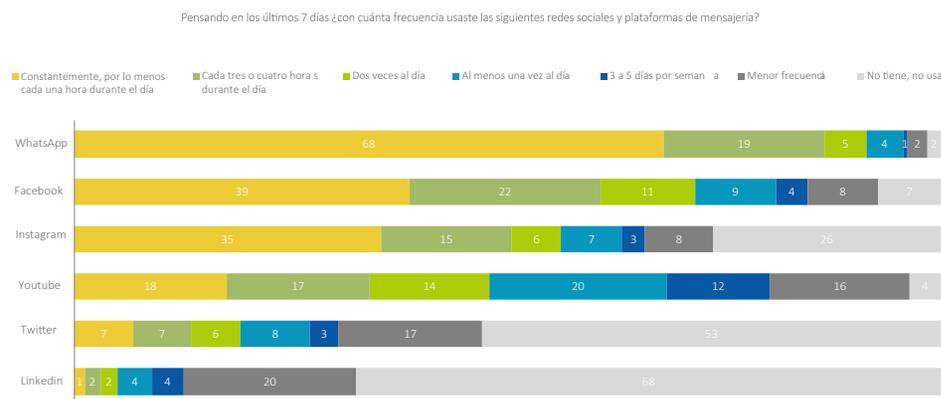
Esta evidente alienación y desconexión de nuestros sentidos con el mundo real estaría generando problemas como el síndrome del cuello roto^[9], ciudades que planifican utilizar semáforos en el suelo de la vereda, pero por sobre todo está debilitando nuestra capacidad de recordar lo registrado. Recordar que la comprensión lectora en Chile ya es mala, las

tecnologías entonces impiden mejorar esta situación. Para consumir a través de nuestro smartphone utilizamos solamente un sentido, se genera una amnesia digital, la cual ya es una realidad. Frente a esto el adaptarse parece ser la mejor opción, ya que la digitalización va en constante asenso, tal como se ha estado haciendo con el teletrabajo, el diseño debe transformar esta dependencia de conectividad en algo a nuestro favor (Ureta, conversación sostenida, 2020).

^[7]Según speedtest

^[8]Un 94.5% de las conexiones a internet móvil corresponde a navegación por Smartphones (79,6% del total de accesos)

Frecuencia de uso de redes sociales



[fig. 5] Cadem 2019

Podemos ver que antes de la pandemia, la mayoría de las redes sociales se utilizaban constantemente, por lo menos una vez al día, pensando en al menos las tres primeras, las cuales permiten un contacto cercano en comparación a las otras tres. En lo que se normaliza por ejemplo que el 38% de los autores utilizaban más de 3 horas Instagram durante el Estallido social (en pág. 61).

^[9]Término acuñado por Pablo Robles en SCMP: <https://multimedia.scmp.com/lifestyle/article>

2.2.3

Activismo digital

El contexto de estos movimientos cae en la particularidad de convivir en un mundo digitalizado y, por tanto, basado en la inmediatez. Esta red interconectada da paso a que sean movimientos sociales integrales o colectivos, sin líderes e inscripciones oficiales. Al mismo tiempo existe un exceso de información por el fácil acceso a la web, con un retweet o compartir en tu cuenta de Instagram ya eres al menos simpatizante de la causa (Martínez, 2015).

Dentro de las redes podemos encontrar canales formales e informales de distribución de información, como lo son las redes sociales, las interacciones digitales que se dan dentro de ella permiten la fluidez, ampliación, no linealidad, personalización y participación. Son estas dos últimas las características que hacen dejar los medios formales como la televisión, radio y diarios, ya que permite al usuario elegir la cámara con la cual presenciar el evento, filtrar. Al mismo tiempo la inmediatez hace que esta comunicación sea más cercana entre los usuarios y los hechos informados, pero crea la necesidad que al ser inmediato no necesariamente es de calidad la información adquirida (Martínez, 2015).

El poder de las redes sociales como fuente de información y de desahogo es cada vez mayor, donde incluso tenemos al ex presidente de una de las mayores potencias mundiales dando de qué hablar más por Twitter que en el mundo

Offline. Logrando que en pocos segundos todo el mundo sepa lo que está pasando a través de una plataforma que ofrece el servicio de que puedas comentar desde la “seguridad” de tu cuenta, donde creemos poder expresarnos incluso desde el anonimato, pero gracias a las TICs y el Big Data el anonimato muere (con el rastreo de ID). Es así como se dan varios fenómenos digitales asociados a la dependencia de la pantalla.

Si bien la comunicación digital da paso a nuevas formas de crear espacios públicos, difundir las protestas, encontrar la plaza y la hora para hacerlo, estas no son ni la plaza ni sustituyen a la voluntad de la multitud reunida que exige justicia o democracia (García *et al.*, 2021) colocando al centro la agencia humana y física de los activistas. Al mismo tiempo la “autocomunicación de masas” abre las puertas para la circulación de mensajes y valores alternativos que permiten la gestación de protestas espontáneas sin necesidad de jerarquías organizativas y la creación de redes activistas que se extienden (García *et al.*, 2021), dándole importancia al contexto histórico y político.

2.3.1 El valor de la imagen como registro

La fotografía ha pasado de ser un objeto casi ritual, a ser parte de una práctica cotidiana, casi como una obligación y ser reflejo del culto a la instantaneidad. Las imágenes dejan de ser solo una forma privada de entretenimiento, alejándose también de su función inicial de uso: **recordar** momentos especiales. En palabras de Prada (2018), son elementos verificadores de un estado de conexión social.

Fontcuberta lo plantea como una “fotografía conversacional”, donde la imagen fotográfica pasa a entenderse y a actuar como un mensaje que nos enviamos unos a otros. Esto da para pensar en relaciones que prácticamente son por imágenes, contestando *stories* de Instagram.

El publicar fotografías es entonces una conversación mediante imágenes, implicando la asunción definitiva de la práctica postfotográfica como lenguaje (Fontcuberta, 2016). Transmitir y compartir imágenes opera entonces como un nuevo sistema de comunicación social.

Parte de la definición como persona, el qué nuestro se da por las redes sociales, a distintos niveles, como *LinkedIn* para buscar un trabajo o redes más juveniles como *Tik Tok*, que le dan un valor a la imagen de registrar o aparentar lo que otros queremos que vean. Concepto extrapolado en la serie distópica *Black Mirror*.

2.3.2

La cultura post fotográfica

Dentro del fenómeno que implica estar inmerso en la sociedad líquida^[10], el poder de la fotografía como medio de registro y lo efímero, es que las historias de Instagram entran en valor, el poder de subir contenido durante un tiempo determinado, el poder restringir quienes lo ven, es un nivel de personalización que se va asemejando al mundo offline, decidir a quién le muestro imágenes o le doy mi opinión, hacerlo público o privado, incluso solo con tus más cercanos. Desde cierto punto de vista, herramientas como estas van cambiando la comprensión de la fotografía, así como el uso de la plataforma que lo contiene. Tal como señala Fontcuberta “la postfotografía hace referencia a la fotografía que fluye en el espacio híbrido de la sociabilidad digital y que es consecuencia de la superabundancia visual”, donde define también a esta post como contaría a lo que era la fotografía en su origen, que esta se torna inmaterial (Fontcuberta, 2016).

Es decir, que el enfoque en la fotografía misma pasa a ser de reflexión respecto a quien observa la imagen (y el contexto). Como señala Hermansen y Fernández “la particular indicialidad que proviene del proceso de producción de una fotografía cede el protagonismo a la reflexión respecto al comportamiento “deíctico” de la imagen fotográfica mientras es leída. Es decir, cómo interpela al observador más allá de su cualidad formal y su contenido” (2018).

^[10]El concepto de “Sociedad líquida” es utilizado por Bauman, haciendo referencia a lo volátil y al constante cambio, inmediatez (2007).

Como Fontcuberta señala: “Si la fotografía nos hablaba del pasado, la postfotografía nos habla del presente, porque lo que hace justamente es mantenernos en un presente en suspensión, eternizado” (2016).

Lo que va de la mano con que la postfotografía pone de lado la memoria, para primar su función como lenguaje (conectado también a la idea que exista una *fotoetnografía*, la imagen tiene una o varias lecturas).

2.4.1 Cómo funciona esta App

Instagram, plataforma de red social conocida mundialmente, nace en 2010 y es adquirida por la empresa *Facebook* en 2012, cuenta con **más de 1.000 millones de usuarios** registrados actualmente. Su función se caracteriza por poner las **imágenes y videos por sobre el texto en valor**, adquiriendo un alto nivel de popularidad hasta la fecha. En esta plataforma digital, al igual que las empresas de mayor poder digital^[11] son comunes las prácticas -*campañas*- políticas dentro del conjunto de acciones posibles en las redes, es así como este espacio juega un rol fundamental en la distribución y producción de mercancía simbólica (Díaz, 2019).

Pertinente a ser la red social utilizada como escenario de estudio, ya que, de todas las redes sociales con ese nivel de popularidad, *Instagram* es la más relacionada a nuestra disciplina, poniendo prioridad a la imagen y videos, herramientas características para transmitir el propósito de los diversos proyectos contemporáneos. Además, según la encuesta Participación, jóvenes y consumo de medios (Scherman *et al.*, 2020) en 2019, el **87% de los jóvenes chilenos utilizaban con frecuencia este sitio**, con un ascenso a 93% en 2020. Las generaciones causantes de estas cifras son los **nativos digitales y millennials**,

claros referentes a una **cultura post fotográfica**. A nivel mundial, en solo **un segundo** se publican **900 fotografías** en *Instagram*, en un minuto se llega a las 54.000 y en un día ya son 95 millones las imágenes compartidas solo en esta red social.^[12] Podríamos decir entonces que se vive fotográficamente, que el material publicado en *Instagram* crea y cohesiona comunidad y que el éxito de estas redes centradas en el photosharing “no se debe a la simple acumulación de imágenes almacenadas, sino haberlas convertido en nodos de interacción cultural y social, en herramientas de conversación y circulación” (Fontcuberta, 2016).

La oportunidad o problema está en que las imágenes generadas en las stories es que **“aparecen, desaparecen** y se intercambian entre dispositivos, sin dejar ya un intervalo para el **reconocimiento reflexivo** por parte de los humanos” (Alonso, 2014). Estas son contenido volátil con 24 horas de duración, con una capacidad máxima de 100 imágenes diarias, interesante contrastar con rollos de fotografías análogas, que traían como máximo 36 fotos para revelar.

^[11] *Google, Amazon, Facebook, Apple y Microsoft. Grupo de empresas que monopolizan el ciberespacio y se apropian de los ideales de la Web 2.0 (Díaz, 2019)*

^[12] Datos elaborados por www.internetlivestats.com

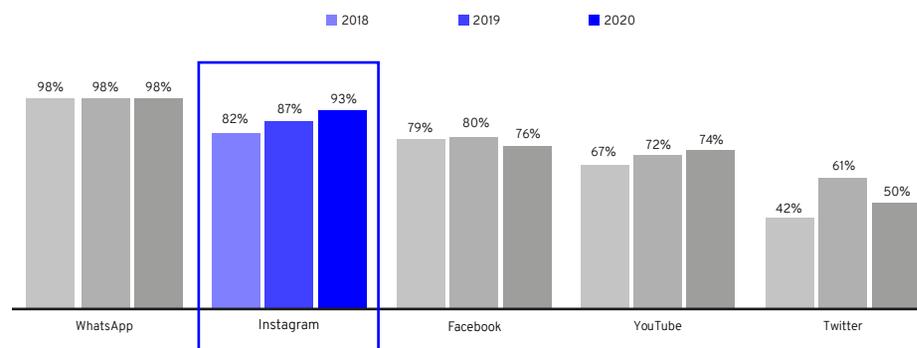
2.4.2

A nivel nacional

En la actualidad, redes sociales enfocadas en imágenes son quizás una forma de sociabilizar en pandemia, donde el cara a cara se transforma en algo digital. Actualmente fuentes de análisis nacional como la encuesta participación, jóvenes y consumo de medios posiciona a esta red como la segunda más utilizada, con un claro asenso al pasar los años.

Por otra parte, según Cadem el 73% de los jóvenes hace seguimiento de los líderes de opinión en redes sociales y el 82% sigue a medios de comunicación. Esto habla de un interés emergente en utilizar las redes como medios informativos, en comparación a 2018.

¿Con qué frecuencia visitas los siguientes sitios o utilizas las siguientes aplicaciones?
(Solo quienes están registrados en los sitios: alternativas diarias)



[fig.6] Participación, jóvenes y consumo de medios.
Elaboración propia

2.5.1

Activismo de diseño

La disciplina ha ido cambiando la manera en que se enfrenta a la sociedad, conservando la actitud como agente de cambio, que nos **ayuda a interpretar y canalizar transiciones** o cambios sociales, políticos, sistémicos, etc (Rawsthorn, en Tironi, 2017). Por eso se puede decir que desarrolla un rol político gracias a sus nuevas capacidades, como la reflexión y así el diseño **toma un rol más activo** en el imaginar la sociedad y su futuro/**posibilidades** (Tironi, 2017), yendo más allá del “complacer a una sociedad de consumo” (Papanek, 1970).

Una de las mutaciones contemporáneas es el “activismo de diseño”, nace a partir de las crisis del modelo neoliberal. **Del activismo** toma su manera de operar, que se rige bajo cinco pilares: natural, **humano, social**, manufactura y financiero. En el caso del **activismo de diseño** se centra en **cuestiones sociales, medioambientales y políticas**; con el mismo fin de lograr un cambio político, social y/o cultural. Por parte del diseño, al tener la capacidad de operar sobre “cosas” y “sistemas”, lo hace particularmente **adecuado para abordar problemas sociales**, económicos y ambientales. Así mismo, desde una visión cultural, toma del **diseño** capacidades como la intensificación, **coarticulación, temporalidad y territorialización** (Julier, 2015).

Tim Jordan señala que el activismo además es “una ruptura de la institución preexistente que define la moralidad”. Por lo tanto, da pie a la reflexión del qué viene después, tal como Mayol narra, en el caso del activismo en Chile,

debemos comenzar a llegar a consensos de opinión. Sin querer mezclar el activismo político con el de diseño, el cual al involucrarse más deja borrosos los límites entre ambos. No obstante, es el diseño quien presta su poder de **resistencia** como **forma de intervenir** (Markussen, 2016). A partir de esto surge la recurrente duda de cómo definir diseño. Sin intenciones de profundizar, se toman las sugerencias de concebir el **diseño como una “infraestructura” política, con la capacidad de modificar** (como interacciones y activaciones, que pueden ser explotados como marcos socio-materiales de controversias) abriendo **nuevas formas de pensar y comportarse** (Bjöguinsson, 2012).

En los últimos años el activismo de diseño **ha ido tomando mayor peso en la academia**, pero su foco aún no toma cabida en el área de investigación de Diseño (sin orientarlo al mercado), además varía en la forma que funciona. Esta **lleva una declaración política**, pero también involucra la disposición y emocionalidad humana (Markussen, en Julier 2015). Thomas indica dentro del activismo de diseño, que espera que esta intensificación tenga un efecto directo en **generar nuevas formas de entender y también prácticas y política** (Markussen, en Julier 2015).

2.5.2

Co diseño

El diseño participativo o codiseño es parte de la visión social de diseño. Tiene un enfoque que busca incorporar en el proceso de diseño a actores relevantes en el proyecto para que **sean parte** de la creación de la solución. Este proceso permite validar ciertas decisiones y que **se apropien del resultado**.

Aporta a un modelo sostenible, tomando en cuenta el contexto tecnológico como una ventaja, y los gustos de los ciudadanos (como parte de su mundo físico, donde viven y sienten) (Lee. Y, 2006). Es uno de los **nuevos enfoques del diseño**, para que ponga especial énfasis en la participación de los diseñadores y ciudadanos, **involucrándolos** incluso en la **etapa de ideación** (Fuad-Luke, 2009) y en la obtención de datos.

La opinión de los grupos sociales entrega significado y es reflejo de su “necesidad”, con esta aportan a dar una mejor solución basada en decisiones colectivas. Al mismo tiempo es importante promover la participación ciudadana y la **colaboración entre los actores y los diseñadores**, con el fin de impulsar un posible cambio social (Bastidas *et al.*, 2016).

Para lograr la propuesta presente es que se toma el codiseño, para el cual es imperante darle un rol en el mundo profesional y mantener el enlace con el activismo de diseño (actualmente su uso se centra en la academia).

Un **ejemplo digital** serían las redes abiertas y el *copyleft* (contrario al *copyright*) como es el caso de Linux y Wikipedia, espacios de edición pública de intervención sociocultural, ya que **democratizan el conocimiento**. Se propone entonces una **co autoría**, que tiene por objetivo trabajar de manera colectiva para establecer una idea o brief principal. En un inicio no se sabe cuál será el formato del producto o servicio final, sino que se intenta buscar primero comprobar una hipótesis o levantar otra desde la cual se quiere trabajar en este caso.

2.5.3

Diseño como operador cultural

Al igual que otras prácticas significantes, el diseño lleva la **voluntad explícita de comunicar**. Como señala Carola Ureta en una conversación sostenida, el diseño es **generador de contenido**, traduce una información pre-existente desde un lado más sensible de la **información** y desde nuestra **responsabilidad social** (2020).

En palabras de Ledesma, propone al diseñador como un “operador cultural”, cuyo rol es el de **“hacer ver, hacer saber y hacer hacer”**. El “*hacer ver*” va en favorecer la inteligibilidad y la comprensión de algún fenómeno o contenido. Mientras que “*hacer saber*”, se refiere a **“poner a disposición de otro un cierto saber** que no posee, con el objeto de despegar incertidumbre”. Finalmente, el “*hacer hacer*” es el concepto de modificar la conducta de otro.

Es entonces el diseño un lugar de acción, capaz de visibilizar información, de favorecer su comprensión y provocar conductas en el ciudadano (Ledesma, 2003). Complementado a esto, el diseñador debe pasar a ser **comunicador-mediador, generando lugares de interacción comunicacional** (Barbero en Acosta, 2015).

En vista de lo ya mencionado, se detecta la oportunidad de generar, desde el diseño, un espacio que permita visibilizar y hacer comprensible la práctica fotográfica móvil de

las *stories* durante el Estallido social, cómo fue el comportamiento y al mismo tiempo se transforma en una galería. Esperando **incitar una reflexión y cuestionamiento** en torno a lo acontecido y el impacto social que lleva este **mundo digital**.

[2.5.3.1] Visualización narrativa de datos

Una manera de comunicar en tendencia es la visualización narrativa de datos. Ha sido muy utilizada por periódicos de renombre como el *New York Times*, *The Guardian* y *South Morning China Post*, incorporando dinamismo a sus historias con el uso de gráficos. Así mismo a nivel nacional, *La Tercera* incluye en su versión digital una sección destinada a estas visualizaciones con mayor participación de diseñadores en el equipo. Estos últimos según *The Economist* “fusionan las habilidades de la informática, la estadística, el diseño artístico y la narración” (Segel; Heer, 2010).

Tanto el diseño de información, como el diseño expositivo tienen como finalidad principal comunicar y hacer comprensibles hechos o fenómenos específicos. Para que un determinado público logre recoger esta info e interpretarla (Santacana; Serrat, 2017).

Entonces al estar centrado en el usuario, Frascara plantea que es ético, por basarse en el reconocimiento del “*otro*” como diferente y respetable en su diferencia. No hay receta para diseñar información, pero siempre se debe tener especial atención a quién nos dirigimos, para qué lo hacemos y por medio de qué (2011).

Adaptaciones como estas llevan cambios, como en el sentido de lectura: en el mundo occidental se acostumbra hacerlo de izquierda a derecha y lo análogo se adapta a eso utilizando páginas continuas (periódicos o libros), el mundo online gracias a la acción del *mouse* tiene la acción de ir hacia abajo, generar un *scroll* sin límites.

Los elementos interactivos lo complementan de cierta forma, ya que según autores como Hernández, estos invitan a la participación y acción del visitante (1998), el interactuar con el objeto permite ser un soporte de la memoria, fijando la imagen del concepto y facilitando recordarlo más tarde (Santacana; Serrat, 2017).

2.6

Lo necesario de reflexionar

El ser humano es el único ser racional en el planeta tierra y como todo ser tiene necesidades que satisfacer, ejemplo debe alimentarse, dormir, socializar con otros humanos. En estas necesidades, así como en otras, pero más aun en la última que se menciona el ser humano tiene que **expresar sus ideas** de alguna manera y pueden ser escritas u orales.

La **reflexión** se puede definir como el proceso que permite identificar una serie de **ideas** que nos permitan **llegar a una conclusión**. Al realizar esta operación obtenemos **mayor conocimiento de nosotros mismos** y de la **realidad** que nos rodea. Cuando logramos reflexionar sobre nuestros actos logramos recuperar o hacer más fuerte el **dominio** de todas las situaciones y de sí mismo. Entonces, desde el diseño, se debe **transformar información** compleja en un hecho visible, **volviéndola más cercana y accesible** (Ledesma, 2003).

Asimismo, Mira señala que “hay una **escasa actitud reflexiva** por parte de los usuarios, y que hoy tiene su epítome en la compulsión por compartir imágenes en una suerte de *networking without a cause*” (Mira en Garrido, 2019). Por otra parte, Paul Cobley y Nick Haeffner (en Garrido, 2019) sostienen que esta nueva accesibilidad a registrarlo todo, **no está**

de lleno acompañada por una **actitud reflexiva y crítica** sobre la **nueva naturaleza** de las imágenes (Mira en Garrido, 2019).

La llegada de Internet **ha transformado nuestro modo de percibir, pensar y reflexionar**, porque al estar conectados a la web –debido a la cacofonía de estímulos– entramos en un estado de “distracción irreflexiva”, donde adquirimos un **pensamiento apresurado y distraído**, uno superficial. Disminuyendo las posibilidades de reflexionar sobre nuestras experiencias o sobre fenómenos externos. Carr afirma que “**rara vez nos tomamos una pausa** para reflexionar, y mucho menos cuestionar la revolución que los medios digitales y las imágenes están causando a nuestro alrededor” (2011).



“Fueron los orígenes de los grandes cambios que se están generando a nivel país, donde cada vez se ve más cerca un país más justo, equitativo, seguro y elocuente.”

Co autxr, gen. Z

03

FORMULACIÓN DE PROYECTO

Se describe el proceso de definición, lo que sustenta todo el desarrollo, los objetivos que se buscan cumplir. Además de los antecedentes nacionales e internacionales que sirven de inspiración para el presente trabajo, en conjunto a referentes, que en su mayoría son del área de comunicación.

Al inicio se encuentra una representación del *círculo de oro* utilizado por Simon Sinek, que contiene la formulación de manera interactiva, para una lectura personalizada si así se requiere.

3.1

Levantamiento oportunidad

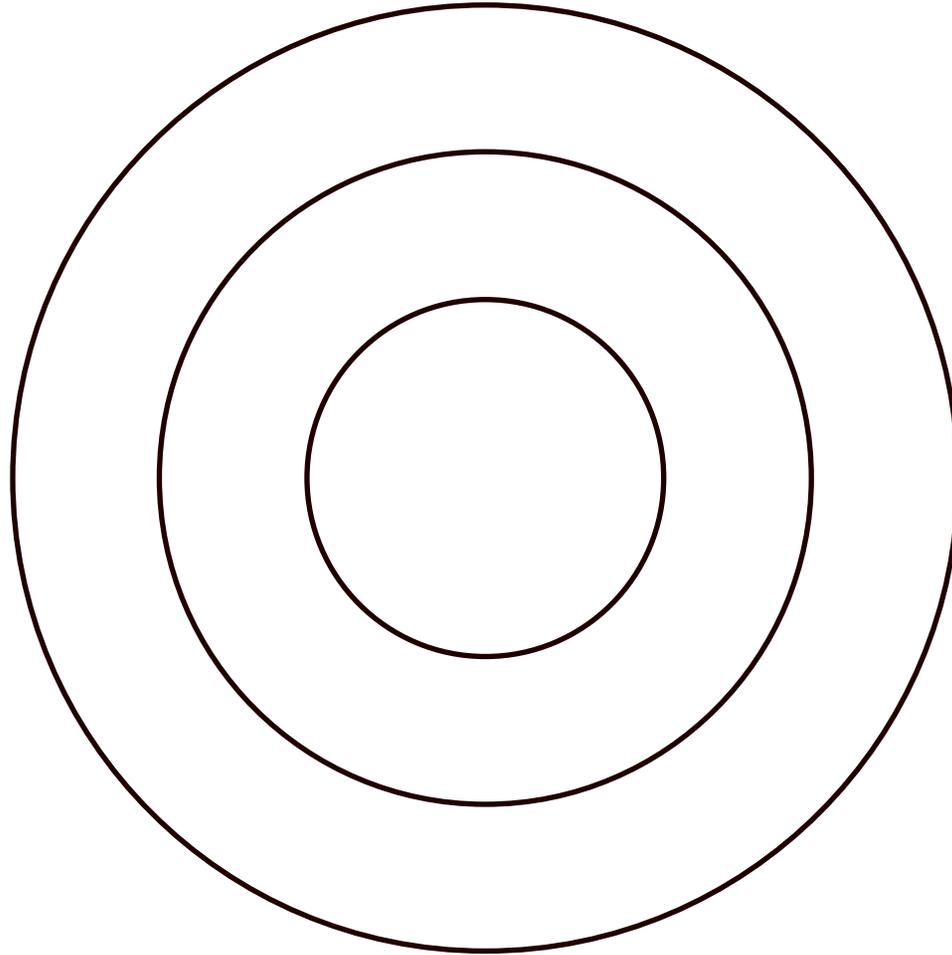
Es importante primero mencionar el contexto en el que se desarrolla el proyecto, al cual el diseño como disciplina no puede ser ajeno. En primer lugar vivimos una pandemia, con encierro y los límites que este trae, pero también con el mundo digital a nuestro favor. Este mundo y la democratización del teléfono inteligente nos permite hoy estar conectados y documentar constantemente. Naturalizamos el poder sacar fotografías y compartirla, “si solo lo ves tú de qué sirve”. Entonces volvamos al contexto nacional, pensemos cómo podría influir esto a un movimiento social, el comprobar si fuiste a una marcha, así como ver quiénes más asistieron.

Para la revuelta social surge mucho descontento, furia y rivalidades, así como la oportunidad de vivir algo histórico. Ahora cada uno podía ser quién toma registro, el próximo documental, la foto más icónica o viral, o simplemente el meme más compartido. Instantáneamente surge material fotográfico, documentales, obras, libros de expertos explicando el origen, podcast y espacios de discusión entre expertos, etc.

A casi dos años del inicio, pareciera que ya dejamos de lado el descontento, sin embargo, desde aquel momento la activación de participación ciudadana va en aumento, incluso de los jóvenes, quienes dieron hincapié con el salto de torniquetes. Entonces ¿Cómo seguimos recordando? ¿Dónde quedó la furia que se vivía en las redes, podemos volver a esa experiencia?

Si bien existen múltiples análisis y proyectos respecto al Estallido, incluso desde diseño, surge la oportunidad de dar una segunda lectura, pero esta vez viendo hacia atrás, desde la experiencia entre pares: El diseño puede proporcionar una experiencia reflexiva interactiva para el actor principal del movimiento, los jóvenes, a través de la visibilización e ir simplificando información compleja, proponiendo una mirada diferente. Desde una empatía que espera proporcionar la observación y comprensión del fenómeno y material que surge, desde el yo, es decir, se internaliza el acto de análisis.

3.2 Formulación



cliquealo 

[13]Presentado según el círculo de oro, de Simon Sinek www.youtube.com/

POR QUÉ

(causa)

Al naturalizar el uso de la fotografía móvil como registro denunciante y el exceso de consumo de contenido digital, se reduce la posibilidad de detenerse, comprender y cuestionar sus implicancias. El diseñador como operador cultural/ activador de diálogo tiene la capacidad de facilitar la comprensión y transmisión de un contenido, usando la visibilización de datos como herramienta de comunicación, desde otra empatía.

Por otra parte, si bien existe una variedad de análisis y proyectos respecto al Estallido social, hay una carencia de miradas desde el diseño sobre la relación entre el uso de plataformas como *Intsagram* y el fenómeno social, en un sentido individual, cultural y político. El diseñador mediante su rol articulador, es capaz de alinear conocimientos de diferentes disciplinas, con el fin de proporcionar un espacio web que facilita la reflexión y comprensión de la problemática presente.

PARA QUÉ (propósito)

Como acción de la presente propuesta se busca visibilizar y simplificar información compleja, a través de diferentes visualizaciones infográficas, con data rescatada de una muestra experimental, con el fin de aproximarlas a una perspectiva desde el proceso de diseño. Así, se intenta utilizar el método de obtención de datos como parte de un proceso de diseño basado en la co-creación con los Insta-nautas encuestados. A la vez, se pretende generar un espacio de autorreflexión y/o debate entre los usuarios respecto a la actividad de compartir y difundir, siendo esta una práctica que invita a los activistas digitales presentes en Santiago de Chile, a generar conciencia y (auto)crítica «desde» y «para» los participantes de este movimiento social.

Con el fin de propulsar la importancia del rol de diseño como activador de diálogo, se va generando contenido que traduce información preexistente con la posibilidad de ir dando interpretaciones propias al momento de la lectura. De esta manera se busca situar al encuestado como un agente cocreador –y a la vez crítico– del retrato social del uso y creación de contenido digital. Al mismo tiempo, al diseñador como agente co creador y articulador del proceso de creación.

[3.2.1] Objetivos

- [1] Traducir la información recopilada al usuario promedio, a través de la representación del exceso de información en una nueva lectura.
 - I.O.V: Al menos x de X durante el testeó logran interpretar los gráficos presentes.
- [2] Visibilizar estos indicios de patrones de comportamiento indagados, traducido en el lenguaje verbal y no verbal de diversas publicaciones populares en Instagram (Chile)
 - I.O.V: Realización de cruces de información obtenida en encuesta III (base de datos), con un análisis a través de técnicas de visualización.
- [3] Diseñar una narrativa infográfica atractiva dentro de una página web para y con el usuario.
 - I.O.V: Al menos x de X aprueban el sistema de preguntas en la narrativa, además de dar niveles de lectura interactiva.*
- [4] Promover espacios de un estado reflexivo frente a la influencia de sitios masivos como Instagram, sobre el comportamiento de los actores del movimiento social digital.
 - I.O.V: Al menos x de X durante el testeó comentan y comparan su experiencia con la propuesta, en diferentes momentos y sin necesidad de preguntarles.

[3.2.2] Referentes

[1] *Fake, flames & memes*, Politécnico de Milán

Trabaja con la recolección de material respecto a la manifestación sin expo de 2015 en Milán, por Matteo Azzi y Gabriele Colombo. A lo largo de esta narrativa web contextualizan como bien dice el título, todo lo que fue falso, los memes y las llamas desencadenadas en la jornada

Además, narra cómo recopilaron los datos, con grillas y filtros, como los bandos a favor y en contra de la expo. Todo esto con las imágenes subidas en Twitter, a través de los ID de cuentas.

■ *De aquí nace el concepto de querer trabajar con una red social en particular y analizar cómo se desencadenó este escenario digital.*

[2] *Investigación y datos*, La Tercera

Referente nacional del periodismo centrado en narrar desde la combinación de información e imágenes. Esta tendencia periodística se incorpora hace poco como medio digital, en donde podemos ver un espacio de exploración con temas que abarcan desde Hip hop, hasta temas actuales como el uso de Zoom.

■ *De aquí se rescata la pertinencia a nivel nacional del uso de este tipo de herramientas y su aprobación, ya que en otros países el usuario sí consume este tipo de contenido y marcan tendencia.*

[3] **Reuters Graphics:**

Esta plataforma a diferencia de SMCP, se dedica exclusivamente a informar a través de este tipo de narrativa, competencia directa en los premios Malofiej, por su visualización de datos prestigiosa. Es una organización internacional de noticias, su origen es Londres, hoy opera en más de 200 países.

■ *Referente de estructura y uso de gráficos no figurativos como sintetizador de información.*

[3] **Infographics, South China Morning Post:**

El trabajo que hace el equipo infográfico digital de este periódico es uno de los mayores referentes entre los que aplican este trabajo, reconocido en premios como Malofiej. Con un uso de estructura clara y eficaz, ilustraciones complejas y simples, pero muy bien desarrolladas. Mantienen su carácter informativo, por lo que el nivel de interacción con el usuario es bajo.

Para las manifestaciones de Hong Kong desarrollan varias infografías, pero la mayoría conversa entre ellas, utilizan un mismo lenguaje. Del cual quise rescatar la manera de trabajar con imágenes y gráficos en un mismo espacio, extensión breve de textos, con un diseño centrado, pensado para ser visto en celulares (hoy en día se tiende a priorizar esta plataforma, ya que es la que da más visitas).

■ *Referente de estructura y uso de gráficos no figurativos como sintetizador de información.*

[4] **The HIV+ Issue, The Vanguardist:**

Cuestiona la forma de informarse y lograr una opinión propia crítica del entorno y sus mitos populares. Esta edición de 2015 fue un número cuestionado al ser impreso con parte de sangre humana infectada de VIH, lo cual advierten en la portada. Una edición con envoltorio, que fue muy controversial para su público.

■ *Activador del sentido crítico al momento de generar una opinión propia al respecto.*

QUÉ

(solución)

Narrativa visual interactiva para la web, que dispone de manera visual el análisis de las historias compartidas en Instagram, desde una perspectiva subjetiva (cómo lo viví) en el período del Estallido social (octubre - diciembre 2019).

[3.2.3] Antecedentes

La ciudad como texto:

Proyecto que rescata los vestigios en los grabados de la Alameda, avenida protagonista de manifestaciones, sobre todo durante el Estallido social. Se destaca por ser completamente colaborativo y autogestionado por la autora, actualmente cuenta con una plataforma web y un libro digital de libre descarga, en ambos hay opiniones de 36 invitados destacados que se despliegan a lo largo del recorrido.

Museo del Estallido social:

Iniciativa autogestionada, quizás la galería más completa física y virtualmente, ya que su objetivo es documentar el Es. Constituido por donaciones audiovisuales, obras de arte, textiles, objetos de interés simbólico, documentos, entre otros.

***www.estallidosocial.com* de Sebastián Andrade:**

Nace como una necesidad de recordar los hechos, momentos y declaraciones más relevantes. Esta plataforma presenta en orden cronológico a través de una línea de tiempo los sucesos más importantes desde una mirada periodística, desde declaraciones controversiales, hasta las declaraciones del INDH. Describen este momento como único e irrepetible, que no podemos olvidar.

18-O, Goethe institut:

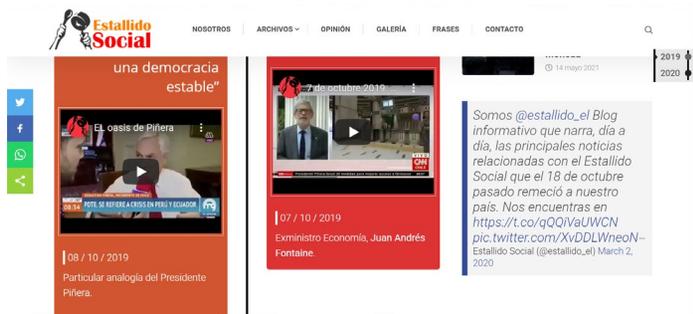
Una convocatoria de diversos proyectos relacionados a la revuelta, que proponen una reflexión y un camino hacia los nuevos procesos sociopolíticos que se viven en el país. De ámbitos artísticos, otros que incluyen música, fotografía, teatro, danza, podcast e iniciativas sociales. Dentro de ellos “**antes del olvido**”, proyecto título de Diseño UC, una plataforma con monumentos modelados en 3D de lugares significativos.

Arquetipos, Edvard Munch:

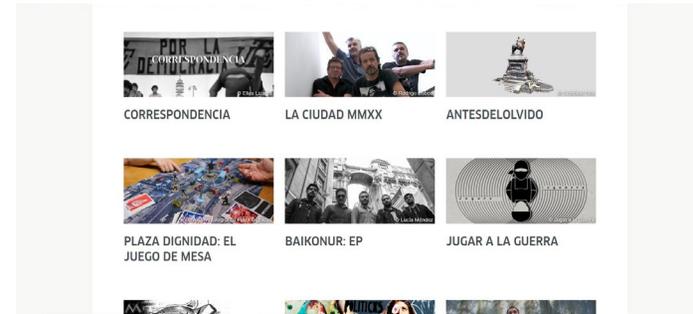
Colaboración con museo Thyssen-Bornemisza, donde las obras de Munch se exponen según arquetipos emocionales, un modo de categorizar sus obras en nueve salas. Es una obra gráfica que deja en evidencia lo recurrente de los temas de sus obras (en general se categoriza por la emoción que representa). Esta fue diseñada posterior al artista, reorganizando el material de manera expositiva.

Voces con futura, Anonima:

Es un banco de carteles de libre descarga, generado de manera anónima como respuesta al 15-M de España. Esta plataforma funciona como una galería de imágenes rotativas, ya que cada vez que se actualiza la página principal aparecen carteles distintos. Hay un buscador de gráficas en base a categorías ya establecidas. Cuando se selecciona un cartel se puede descargar o compartir, sin embargo, además de no disponer del autor de la obra, tampoco está referenciada la fecha de publicación ni el movimiento político o social para el cual fue creado.



12.

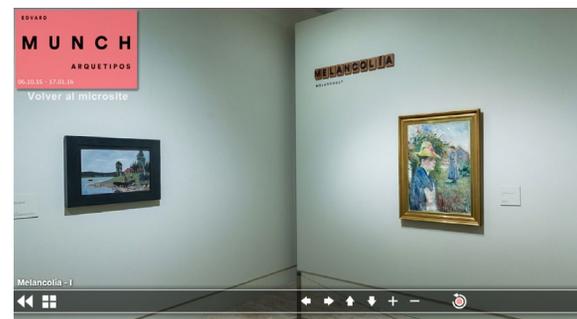


13.

[fig.12] EstallidoSocial.com
estallidosocial.com



14.



15.

[fig.13] Proyectos 18-0
www.goethe.de

[fig.14] La ciudad como texto
www.radio.uchile.cl

[fig.15] Arquetipos
www.static.museothyssen.org

[fig.16] Museo del Estallido social
www.cultura21.cl



16.



17.

[fig.17] Voces con futura
vocesconfutura.org

3.3

Contexto de implementación

[3.3.1] Contexto social

A casi dos años del inicio, pareciera que ya dejamos de lado las manifestaciones, sin embargo, desde aquel momento la activación de participación ciudadana va en aumento, incluso de los jóvenes, quienes dieron hincapié con el salto de torniquetes.

Vivimos una crisis política y económica, efecto del mismo movimiento social y la pandemia, el contexto sociocultural de Chile se modifica constantemente, ya que sin presencialidad muchas presentaciones son postergadas.

La *rebelión de octubre* como movimiento social es de carácter transversal, en el sentido que actualmente ocurren movimientos similares en otros países, así como probablemente sigan ocurriendo a este nivel de digitalización y descontento. Por lo que poner en valor la experiencia individual a nivel generalizado es algo que podría replicarse.

Ahora bien, este es precisamente un proyecto de carácter experimental para evaluarlo, ya que en una sociedad de desinformación y exceso de imágenes, reduce el intervalo para un reconocimiento reflexivo.^[14]

Entonces se utiliza el escenario digital web, en pos de mantener la esencia del material utilizado.

^[14] Término acuñado por Alonso en “Un acercamiento a interfaces húmedos”, 2014.

www.getbootstrap.com/
www.adobe.com

[3.3.2] Contexto usuario

Es importante alcarar que se da la particularidad de ser un contexto actual nacional, donde quien observa también es observado por si mismo. Tomando en cuenta la situación sanitaria restringida al menos en el inicio de esta investigación, es que se busca elaborar un diseño de cierta forma expositivo, que tome a favor las conexiones digitales, dejando de lado las limitantes de tener conexiones físicas.

De todas formas, los jóvenes se caracterizan por ser afines a las tecnologías digitales, viviendo el fenómeno postfotográfico que influye a gran parte de la población mundial. Entonces los jóvenes santiaguinos se desenvuelven en un contexto globalizado, interconectado, que dificultan el intervalo para el reconocimiento reflexivo por parte de los humanos (Alonso, 2014).

Por otra parte, respecto a la comprensión lectora, el último informe de la OCDE de 2018 afirma que solo el 1,6% de los adultos chilenos entiende lo que lee^[15]. Aspecto que se ve reflejado en los cambios de la PTU de lenguaje, que busca mejorar esta cifra.

Existe la dificultad de lograr captar la atención de la población adulta juvenil. Para disminuir esta brecha, trabajaremos con textos breves e interacciones que sirvan de estímulo. Siguiendo las recomendaciones del periodista Mario García: Implicar más de un sentido en la experiencia de contar historias en un contexto de era digital.^[16]

^[15] Ponencia
“Transformando el periodismo para la era” del móvil del Dr.
Mario García
www.youtube.com

^[16] Fast check
desmiente cifra

[3.3.3] Condiciones de uso y consentimiento

Por otra parte, tomando en cuenta las redes sociales, principal medio de difusión digital. Su almacenamiento de información funciona a través de API's, o bien, solicitando directamente al usuario la información que buscas (en casos de muestras de menor escala). En ese caso, debemos tomar en cuenta las condiciones de uso de *Instagram*. Este señala:

“No reclamamos la propiedad sobre tu contenido, pero nos concedes una licencia para usarlo”.^[17]

Por lo que desde un diseño participativo y sus técnicas se propone extraer una muestra de carácter experimental, sin invadir la privacidad de los datos y con el consentimiento directo del usuario. Sin embargo utilizar el nombre de usuario o URL sí infringe sus condiciones de uso, por lo que se mantiene la idea de anonimato de estos co autores.

Si bien están sesgadas, permiten ver si realmente existe una relación entre los jóvenes promedio y su comportamiento durante el movimiento.

^[17] www.facebook.com/help/instagram

3.4 Usuarios

[3.4.1] Usuarios que aportan información

Estos son quienes forman parte del proceso de obtención de datos, es decir, son el agente clave dentro del proceso. Para esto se define una muestra experimental de cien participantes que acepten formar parte, siendo co autores, ya que su experiencia es la narración y sustento. Son jóvenes, quienes según varios análisis de este y los últimos movimientos a nivel mundial, serían el actor principal. Pero ¿Quién se considera joven? ¿Cómo limitarlo? En la escuela de periodismo de la Udp generan un estudio de gente de 18 a 29 años,^[18] jóvenes, donde analizan aspectos relacionados al uso de redes sociales, cómo es la percepción de temas contingentes y medios de comunicación. Esta encuesta se toma como guía, entonces podemos analizar dos generaciones, nativos digitales y millenials, quienes viven en Santiago de Chile, que además cuentan con al menos un usuario de Instagram. Es importante aclarar que al ser contactado mediante una encuesta online, hay un sesgo de interés mínimo en el tema, ya que sino no entrarían al link compartido de manera digital.

^[18] Encuesta
Participación,
jóvenes y consumo
de medios
(Scherman et al.,
2020)

[3.4.2] Usuarios que consumen información

Considerando el origen digital de la propuesta, además de la cultura post fotográfica que responde a un fenómeno global, se podría decir que toda persona con acceso a internet y un mínimo de alfabetización puede acceder. Sin embargo, se define al usuario según lo que denominaremos “jerarquías de involucramiento”. Por lo que los más involucrados son los *nativos digitales* y *millennials*, quienes como hemos visto son aquellos donde las interacciones críticas se hacen más notar. Es así como incluso personas que declaran no hacer uso de Instagram o “subir historias” pueden participar, ya que se familiarizan con el uso de esta y otras redes sociales. Por otra parte, las generaciones *X* y *baby boomers* se ven menos involucradas, si bien hacen uso de los smartphones y la fotografía móvil, no son parte sustancial de las redes sociales. Siendo uno de los objetivos promover la reflexión no son descartables como usuario, pero sí hay un especial interés en las generaciones *Z* e *Y*.

04

LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN

Fue necesario definir cinco puntos distintos, atinentes a cada fase de desarrollo: El levantamiento de oportunidad, una metodología para la elección y filtro de los datos obtenidos, una metodología para la visualización de datos, metodologías de testeos y pilares para generar una narrativa web lineal.

Estas no son excluyentes, sino que guían las decisiones de diseño y los testeos, en pos de llevar a cabo cada fase necesaria para el desarrollo del proyecto.

4.1

Levantamiento de oportunidad y definición de usuario

Para acotar y bajar la etapa investigativa de Seminario, se realiza una **investigación** con metodología del tipo mixto (cualitativo-cuantitativo) que permitió caracterizar a los coautores, desde su posición política, tipificar el tipo de material audiovisual generado y en casos recopilado, así como también la connotación que ellxs les atribuyen a las historias. Para la recopilación se realizaron tres etapas de entrevistas:

1. Levantamiento oportunidad
2. Testeo formato encuesta
3. Rediseño encuesta

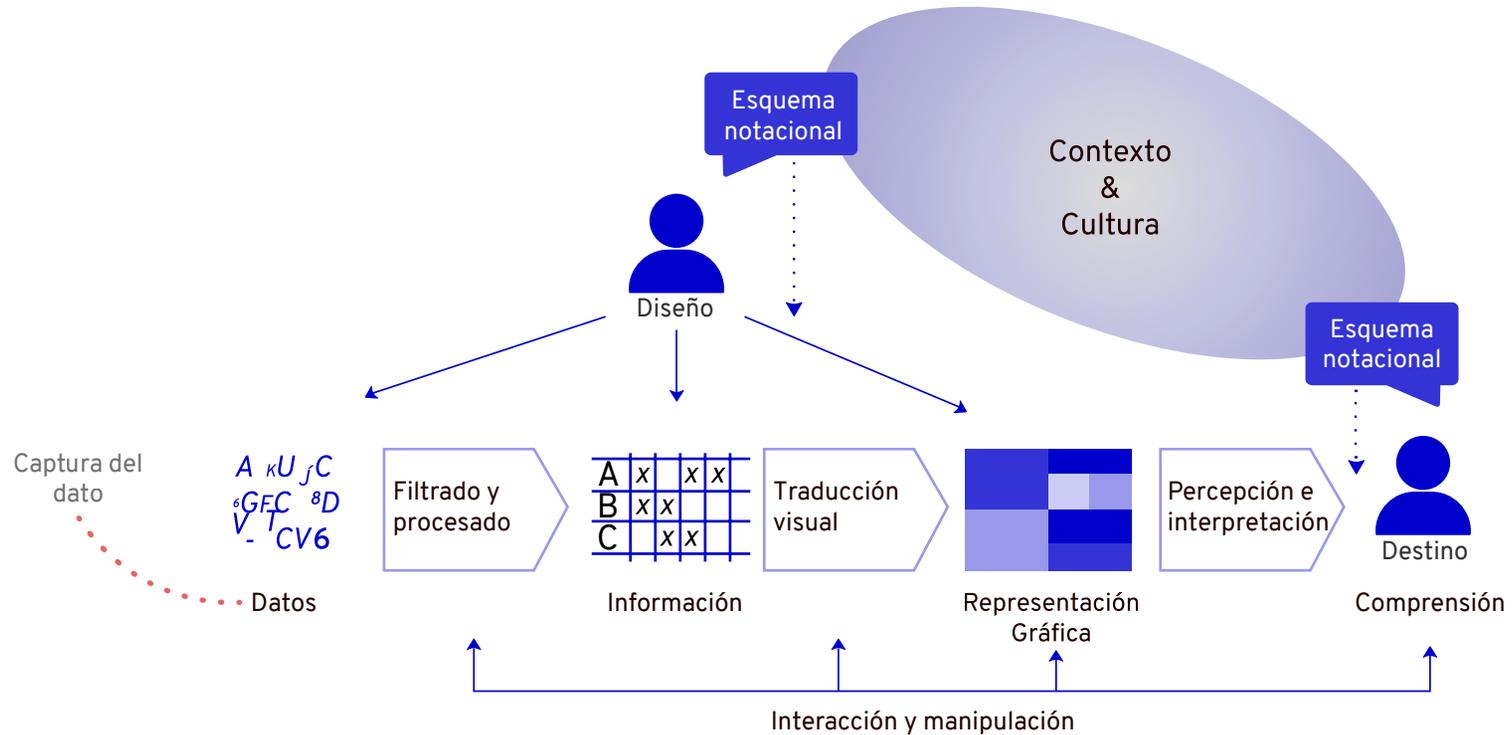
Estas serán descritas en el desarrollo de proyecto, es importante recalcar que la manera de difusión intenta asimilar lo que fue el movimiento, es decir, a través de chats entre pares y redes sociales.

Esta investigación se sustenta de fundamento desde una perspectiva sociológica y psicológica, ya que para entender el fenómeno existen múltiples puntos de vista, pero se rescata la costumbre de digitalizar la experiencia vivida mediante la imagen y permite entender cómo estos procesos afectan a la sociedad a nivel macro y micro en su identidad y cultura. Con esta base interdisciplinaria la diseñadora logra entender el área en donde se mueve (tanto al usuario como el contexto histórico en que se desenvuelve) y los alcances posibles a trabajar con el usuario a nivel individual con conclusiones experimentales colectivas que permiten dar paso al espacio de reflexión. Espacio virtual que nuevamente hace diálogo interdisciplinar con periodismo e ingeniería, docentes como Jorge Cortés, Ricardo Vega y Ángeles Briones^[18] permiten dar alcances para lograr la planificación y ejecución del proyecto. Sumado todo esto es que se genera una encuesta como medio de recopilación, además se formularán secciones dentro de la narrativa desarrollada, que permitan navegar de una manera amigable al lector.

^[18] Jorge Cortés, se especializa en Comunicación visual, Diseño de información. Ricardo Vega, se especializa en Diseño de información y visualización de datos. Ángeles Briones, actualmente en el Density Design Research Lab.

4.2

Metodología para la visualización de datos



El diagrama de Infovis contempla las etapas para comprender las diferentes dimensiones que abarca la visualización de datos, definida por Juan C. Düsteler y Yuri Engelhardt. Las cuales fueron una guía en el proceso de testeos, a continuación su definición:

[Figura 18]
Elaboración propia,
basada en diagrama
de Infovis.

Es importante recalcar que para el desarrollo se democratiza el enfoque de la visualización de datos, para que sea de fácil entendimiento para cualquier visitante de la narrativa. No obstante, una definición general de lo que esta disciplina entiende como visualización de datos:

“El proceso entero de convertir los datos en el conocimiento siempre que tenga lugar una fase donde se incluyera el fenómeno de la percepción. De esta forma la Visualización actúa como vehículo para la construcción del conocimiento, revelando los patrones que subyacen a los datos”

(Dürsteler, J.C. 2007)

1. De los datos a la información

La Visualización de Información empieza con los datos que constituyen los bloques de construcción de la información. En esta etapa se debe transformar, estructurar y dotar de significado a la información apropiada. La conversión de datos en información tiene tres fases principales:

1. Recolección y almacenamiento de los datos relevantes para nuestro estudio, buscándolos en la literatura o recojiéndolos directamente.
2. Procesado y transformación de los datos para filtrar los errores, eliminando datos no relevantes, redundantes o espurios y/o derivando magnitudes secundarias de los datos en bruto, por ejemplo, realizando estadísticas con ellos.
3. Construcción de tablas de datos que organizan los datos según su significado, convirtiéndolos en información, datos con metadatos, datos que “explican” otros datos.

2. De la información a la representación visual

Pasamos a convertir esta información en una representación perceptual. En esta fase tenemos que identificar la estructura gráfica o perceptiva más adecuada para representar la información de tal forma que los patrones y estructuras fundamentales aparezcan y se puedan identificar fácilmente.

Se pone énfasis en el esquema notacional común entre el diseñador y el usuario, es decir, un lenguaje visual específico que existe en la mente de cada individuo y sirve para convertir la información en gráficos. De esta forma, resultará cognitivamente eficaz.

Para que ambos esquemas notacionales encajen, es necesario tener en cuenta el contexto y cultura con el cual conviven. Entre más concuerden, menos habrá que recurrir al aprendizaje de nuevos esquemas y notaciones. Para ello el diseñador de la representación puede usar los componentes elementales de las representaciones gráficas y atributos como la forma, el color, el tamaño y la transparencia entre otros, combinados con su localización en el espacio y diversos principios de composición con el fin de producir una amplia gama de representaciones tanto estáticas como dinámicas.

Esta fase incluye las etapas necesarias para construir la representación, como seleccionar la vista, el dibujo y la aplicación de las transformaciones geométricas para representar los datos.

3. De la representación visual a la comprensión

La visualización tiene que producir un impacto perceptivo en el usuario, esto con el fin de ser efectiva en la construcción de conocimiento. Por lo que el diseñador debe considerar «tanto las representaciones sensoriales como las representaciones convencional-arbitrarias junto con algunos aspectos de percepción visual, psicología cognitiva e incluso lingüística para desplegar un lenguaje visual» que haga sentido a los esquemas notacionales del usuario.

4. Interacción y manipulación por parte del usuario

Tal como define C. Dürsteler, los sistemas donde los usuarios pueden interactuar con las representaciones, es decir: modificar la organización de los datos, de las estructuras y los parámetros de representación; generan un contenido guiado por los intereses del usuario ya que les permite “seleccionar lo que quieren ver y con qué vista o perspectiva”. Se habla también de que la interacción permite a los usuarios hacer “el zoom físico y el semántico (viendo mayor o menor significado)”.

Elección y filtro de datos

La forma de obtención de data de *Instagram* es con su API, tomando datos de usuarios de manera legal con la aplicación, pero el usuario la mayoría de las veces no está al tanto a falta de leer los términos y condiciones. Ante esto y el principio de consentimiento, es que se genera una data propia con información entregada de manera voluntaria con la propuesta de ser parte del proyecto a través de una co autoría (sin pasar a llevar la política de privacidad tando de *Instagram*, como *Facebook*).

Ahora bien, el medio de obtención fue una encuesta, que considera variables mixtas, es decir, cuantitativas y algunas cualitativas, tales como: a qué generación pertenecen, las horas que destinan y destinaron a la red social en ese entonces, si es que existe una relación entre esos datos y el tipo de connotación que abunda en sus stories, al igual que la comuna de residencia, el alcance de la cuenta, entre otras.

Al ser experimental, algunas preguntas fueron altamente sesgadas o mal formuladas, por lo que no fueron utilizadas en la narrativa. Sumado a eso, se evalúa el nivel de confianza de la muestra y cómo influye esto en las representaciones, las cuales no son concluyentes. Al mismo tiempo, para la obtención de imágenes se solicita material a fotógrafos que comparten lo que capturaron en medios como el museo del Estallido social. Luego de generar el contacto se les explicaba el proyecto y se les pidió su consentimiento, esto será descrito más adelante.

Por otra parte existen respuestas que se filtraron por no alinearse al proyecto, ya sea por salirse del rango generacional o contestar con el fin de entorpecer la muestra experimental. Así como también existen historias (imágenes) en muy baja resolución y videos; que son filtrados por dificultar el desarrollo de proyecto. Otro filtro se hace con la censura de contenido grosero, para evitar interpetar esta como la visión de la autora, además de la imagen de perfil para mantener el anonimato de lxs co autorxs.

**nota de autor:
se describe todo
lo solicitado al
momento de rellenar
la encuesta, las
líneas en color ténue
son aquellas no
utilizadas al final.*

4.4

Narrativa web

Según García, el contenido no puede estar separado de la experiencia de informarse y debe involucrar todos los sentidos. Debe ser simple y que la audiencia conecte con la historia. Es por esto que se usa su concepto de “escribir(contar) y luego mostrar”, es decir, una narrativa lineal y vertical^[19], que va de lo más general a lo particular.

^[20] La estructura se desarrolla en secciones, considerando lo siguiente:

1. Dar contexto: por qué este movimiento se ve digitalizado
2. Usuario de estudio
3. Presentar imágenes y resultados recopilados (con cruces)
4. Utilizar *call to action*, botones e interacciones
5. Pausas entre temas largos
6. Uso de textos breves
7. Diseñar para ser visto desde múltiples plataformas
8. Mostrar quiénes están detrás

^[19] Señala que hay 65.9% más de retención cuando la historia se hace con texto e imágenes

^[20] Ponencia “Transformando el periodismo para la era” del móvil del Dr. Mario García
www.youtube.com

4.5

Prototipado y usabilidad de interfaz

[4.5.1] Testeo

Esta herramienta sirve para estructurar los recorridos de cada diferente tipo de usuario posible dentro del sitio, definir los contenidos de cada pantalla, organizar los elementos de forma coherente, y todo se aterriza a un prototipo que considera elementos técnicos como los tamaños de los elementos y del cuerpo de texto. En esta fase se evaluó la usabilidad del sitio (estructura y contenido) con un prototipo que mezcla dos niveles de resolución:

A papel

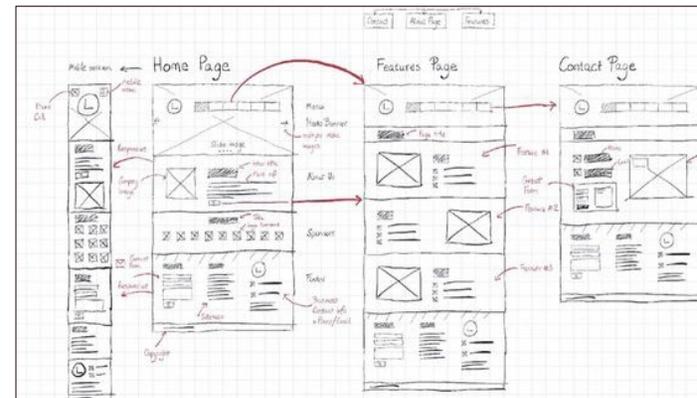
El prototipado en papel una técnica que consiste en crear representaciones de interfaces hechas a mano para pasar rápidamente a las etapas de diseño, simulación y testeo.

Este tipo de prototipos son usados tanto para comunicar ideas entre distintos actores en un equipo, como una herramienta para testear la usabilidad de una interfaz antes de que sea diseñada y desarrollada en profundidad.

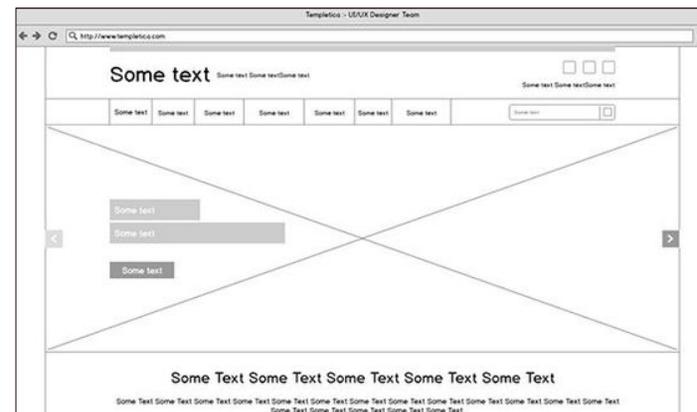
Wireframe

Son esquemas de las distintas vistas que componen la interfaz y son el paso intermedio a cómo se va a visualizar un resultado final. Funcionan como una guía visual que muestra la estructura más básica de una página y busca sintetizar la información definida previamente desde otros recursos, de modo que permite una lectura racional de las interacciones a realizar sin incorporar los estilos gráficos.

► Para testear e ir comprobando lo factible de las “etapas” planteadas anteriormente se utilizan herramientas de verificación tanto para la plataforma, como la narrativa que sostiene.



[fig.19] ejemplo de primeros bocetos



[fig.20] ejemplo de aspecto wireframes

[4.5.2] Escenario de tareas

“Involucre a los participantes escribiendo tareas que sean realistas, fomente una acción y no revele cómo se debe usar la interfaz”

(NNGroup, 2014).

El enfoque está en entender lo que funciona y lo que no en una interfaz, por medio de la observación de cómo la gente la utiliza.

“Cuando los participantes correctos intentan actividades realistas, se obtiene información cualitativa sobre lo que está causando problemas a los usuarios. Estas ideas le ayudan a determinar cómo mejorar el diseño”

(NNGroup, 2014)

Así mismo, se puede emplear para medir el porcentaje de tareas que los usuarios realizan correctamente, de forma tal que permita evaluar la usabilidad general de un sitio. Para desarrollar un escenario de tareas se debe situar las acciones consideradas como prioridad de las historias de usuario, en un breve escenario. Esto con el fin de proporcionar contexto y una explicación respecto al motivo por el cual el usuario debe realizar dicha tarea.



“Creo que lo más importante fue poder ver la magnitud y la real necesidad de las personas y de las demandas que se vienen acumulando durante tantos años.”

Co autxr, gen. Y

05

DESARROLLO DEL PROYECTO

Para este proceso se realizó un modelo experimental que permitió generar una base de datos, a los que se filtran los principales resultados para plasmarlo en prototipos conceptuales en papel/digital de la interfaz para un primer testeo. Luego se construye un prototipo funcional en Adobe Xd y otras herramientas de diseño interfaz UI.

Se presenta el resultado final de esta narrativa visual interactiva para la web, a modo de maqueta conceptual con testeos de usabilidad del sitio.

5.1.1

Obtención de datos e iteraciones

[5.1.1.1] Levantamiento oportunidad

En la etapa de seminario se genera una encuesta breve a través de un formulario de *Google*, difundida solo en los círculos de la autora.

Objetivo: Levantamiento de información respecto al uso de redes sociales durante el Estallido, con el objetivo de detectar oportunidades de línea de estudio. Debe considerar: nombre para validar al encuestadx, rango etario, redes que más utiliza para informarse, uso de *fake news*, preguntas ligadas a las vivencias o experiencia digital y física.

Anti objetivo: Uso personal de la información recopilada, juzgar sus respuestas o producir algún tipo de conclusión generalizada.

Resultados/lo que rescato: Permitió caracterizar/perfilar al posible usuario. El medio de difusión permite volver a compartir y expandir la muestra.

[5.1.1.2] Experimento formato encuesta

En la etapa de título se prueba solicitar material mediante stories, difundida solo en los círculos de la autora. Al mismo tiempo se generan encuestas tipo.

Objetivo: Recolección y almacenamiento de datos de la muestra, de manera personalizada a través de una solicitud a mandar sus historias de la fecha, que considere: consentimiento de uso de información, nombre para validar al ciudadanx, fecha de las historias, legibilidad del contenido, cantidad de historias estallido y/o personales.

Anti objetivo: Recopilar información pasando por alto la barrera de Políticas de Privacidad de Instagram y su dueño Facebook, juzgar sus respuestas o producir algún tipo de conclusión generalizada.

Resultados/lo que rescato: El obtener data es una herramienta que se diseña, debe ser de textos breves y clara, además fácil de contestar. Por eso se itera y se define el formato encuesta como medio de obtención.

** Al analizar una comunidad online, este experimento presenta rasgos similares de una netnografía, la cual es una forma de investigación social, como bien señala el nombre, online. Claro que, a menor escala, al tener una muestra experimental no busca dar conclusiones generalizadas de la comunidad juvenil de Santiago de Chile.*

[5.1.1.3] Levantamiento de información

La siguiente encuesta es un instrumento de levantamiento de información, con enfoque mixto cualitativo y cuantitativo. Es el diseño de cómo capturo mi información, para comenzar a probar estas encuestas con personas, es decir, son pruebas piloto para sintonizar con la gente. Se define una muestra de 100 personas para lograr un nivel de confianza aceptable (95%), que es el estándar industrial usado en encuestas. Con un margen de error de 10% (por ejemplo, si 35 respuestas son de la *generación Z*, en realidad podrían ser 25 o 45). Sin embargo es un buen alcance que permite sacar conclusiones no tan alejadas de la realidad de los jóvenes santiaguinos.^[21] Considerando a quienes no quieran formar parte, se estimaron 150 respuestas para cerrar el formulario.

Objetivo: Recolección y almacenamiento de datos, con una muestra experimental encuestada a través de la herramienta Googleforms.

Definición elementos must-have:

- Coautoría/carta de consentimiento por escrito: solo apretar como el *"i agree"*
- Explicar al inicio con una línea de tiempo que esa es a la visualización que espero me ayuden a formar (dar el sentido de limited edition, como que van a ser los 100 que representen)
- Definición de registro propio, historias personales, coautoría, por qué historias de Instagram y su efecto en el E.s que, al tener un final difuso, solo se abarca de octubre a diciembre, meses de mayor congregación/asistencia a marchas y manifestaciones.
- Nombre real, nombre de cuenta, si tiene la cuenta privada o pública, rango etario.
- Imagen de contexto al inicio (sin derechos).
- Uso de secciones, simplifica la interacción.

^[21] para más información, ver fórmula utilizada en el apartado anexos.

Uso de Instagram durante el Estallido Social.

CONSENTIMIENTO INFORMADO
Antes de comenzar es importante aclarar que esta encuesta es un trabajo a escala humana, que permite acceder al uso de "Stories" desde quien las crea, y no desde la app. Además se propone desde una co-autoría, donde una muestra de participantes representarán a Santiago del Estallido social, y generarán el contenido de un sitio de visualizaciones (ejemplo se muestra más abajo).

Es de suma importancia para el desarrollo del prototipo de proyecto de Título de María José Soto, estudiante de diseño UC, quien tiene como objetivo diseñar un espacio de reflexión e interpretación personal.

Cómo se usarán los datos: Su identidad se mantendrá oculta, sin embargo se pide en la encuesta para dar un seguimiento. El resto se expone en una plataforma web, como datos agrupados con respuestas totales de los co-autores.

Contacto: Si usted tiene alguna consulta o preocupación respecto a sus derechos como co-autor de este proyecto, puede contactar a María José Soto (mjsoto4@uc.cl).

IMPORTANTE: se recomienda completar el cuestionario desde un computador/tablet, con el celular a mano.

Una de las visualizaciones principales sería algo así. Una línea de tiempo con los días con más historias, donde el tamaño de la imagen representa la popularidad/alcance de esta.

18 octubre
21 octubre
25 octubre

Imagen de referencia en bases a hechos anteriores, elaboración propia, 2021

Acepto formar parte y ser co-autor
 Prefiero no participar

Next Page 1 of 3

Never submit passwords through Google Forms.
This form was created inside of Pontificia Universidad Católica de Chile. [Report Abuse](#)

Google Forms Request edit access

Recopilación datos generales

Los datos de las preguntas de 1 - 5 no se publicarán.

1. Indique su nombre *
Nombre y apellidos
Tu respuesta

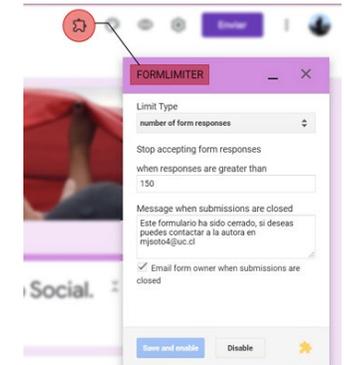
2. @Nombre de tu cuenta de Instagram *
Si tienes más de una, responde con tu cuenta principal
Tu respuesta

3. N° seguidores *
Tu respuesta

7. Comuna/Provincia de residencia *
Elige

Atrás Siguiente Página 2 de 3

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.
Este formulario se creó en Pontificia Universidad Católica de Chile. [Notificar uso inadecuado](#)



extensión para limitar respuestas

Encuesta 2

- cantidad de historias con registro propio:
 - de 0 a 5
 - de 6 a 15
 - de 16 a 25
 - de 26 a 35
 - 36+
- cantidad de historias personales:
 - de 0 a 5
 - de 6 a 15
 - de 16 a 25
 - de 26 a 35
 - 36+
- cantidad de compartidos:
 - de 0 a 5
 - de 6 a 15
 - de 26 a 35
 - 36+

tipos de preguntas en Evernote

[figura 21] uso de secciones en formulario

Ficha técnica

Técnica: En el contexto de la emergencia sanitaria, se decidió el uso de una metodología híbrida que combina encuestas online (134) y solicitud de material audiovisual (30).

Tamaño de la Muestra: 100 casos distribuidos en las 52 comunas de la Región Metropolitana(RM).^[22]

Trabajo de Campo: Realizado entre los días 17 de noviembre y 15 de diciembre de 2020.

Diseño de la muestra: 100% online con difusión vía redes sociales (*Instagram, WhatsApp y Facebook*).

Error muestral: las estimaciones sobre el total de la muestra tienen un error asociado de 3%, que son respuestas duplicadas.

Universo de estudio:

Composición del segmento etario
Jóvenes de entre 18 y 29 años en 2019, según generación, tipo de cuenta y tipo de información.

Universo representado: Habitantes de X comunas en la RM, 52 comunas.

Unidad de muestreo:

Hombres y mujeres, entre 18 y 29 años de edad.

Ajuste del diseño: cambio de respuesta abierta a rangos de cantidad de historias, poner todas las preguntas obligatorias excepto las sugerencias.

^[22][Intendencia Metropolitana](#)

Variables utilizadas:

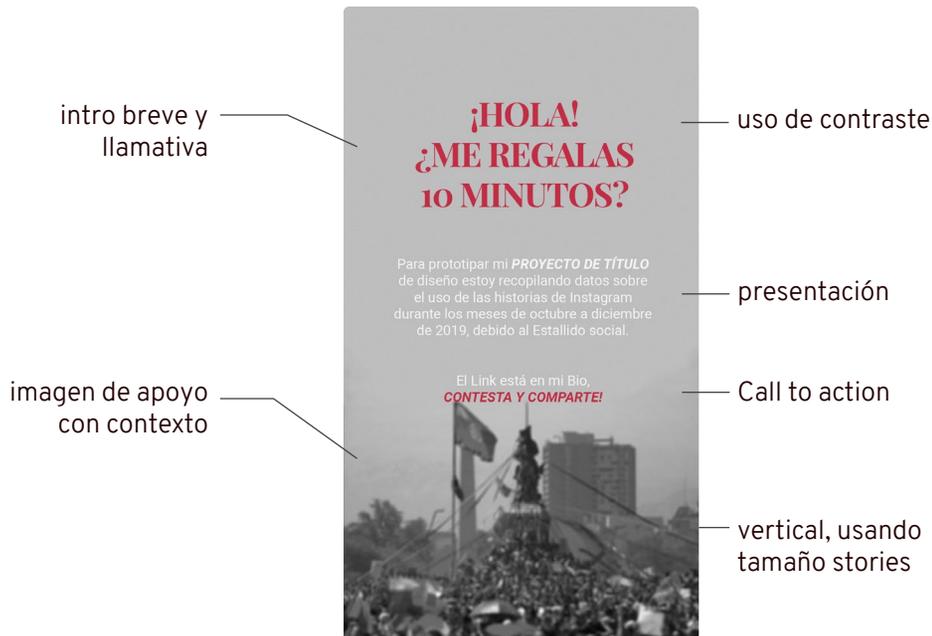
Cuantitativo^[23]

1. Seguidos/seguidores (alcance)
2. Cuenta pública /privada
3. Comuna de residencia
4. Generación Y /Z
5. Horas de uso en la App: Estallido y ahora
6. Si dejó de usar Ig por un tiempo
7. Cuentas más compartidas (top 5)
8. Días en que compartieron más historias (top 3)
9. Cantidad historias por tipo de contenido
10. Connotación de historias por cada tópico
11. Cantidad historias que no eran del fenómeno
12. Hito más importante

Cualitativo

1. Consentimiento
2. Verificar persona y usuario
3. Postura política
4. Disposición frente a compartir otras posturas políticas
5. Hito más importante, por qué
6. Enviar compilado de historias (opcional)

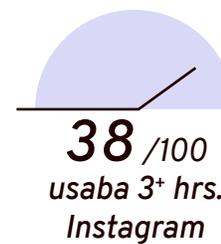
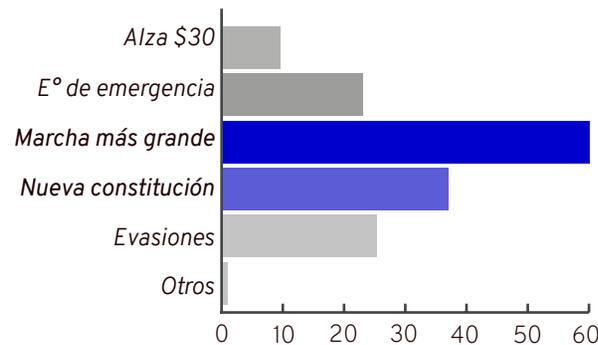
^[23]Las respuestas con opacidad presentaron sesgo.



Estrategia de difusión

Como estrategia primero se difunde entre cercanos para comprobar que se entendiera la encuesta, luego se difunde por redes sociales y se solicita a gente con mayor alcance que lo comparta, finalmente se publica directamente en grupos de otras carreras y universidades por Facebook.

En base a una decisión curatorial se intenta bajar el sesgo buscando opiniones políticas diversas, gente fuera de las comunas que habita la diseñadora, gente de variadas universidades.



Principales resultados

A continuación algunos de los datos más relevantes obtenidos. Donde respuestas como la comuna a la que pertenecían está levemente sesgada con un 31% de Las Condes, pero al mismo tiempo las respuestas en general arrojan buenos resultados, similares a la teoría inicial: como que se usaba más la red social durante el estallido vs. antes e incluso en pandemia, o una fuerte tendencia juvenil hacia posturas políticas que al menos simpatizan con partidos de izquierda.^[24]



^[24] para más información, ver resultados en el apartado anexos.

Etapa 2: de la información a la representación visual

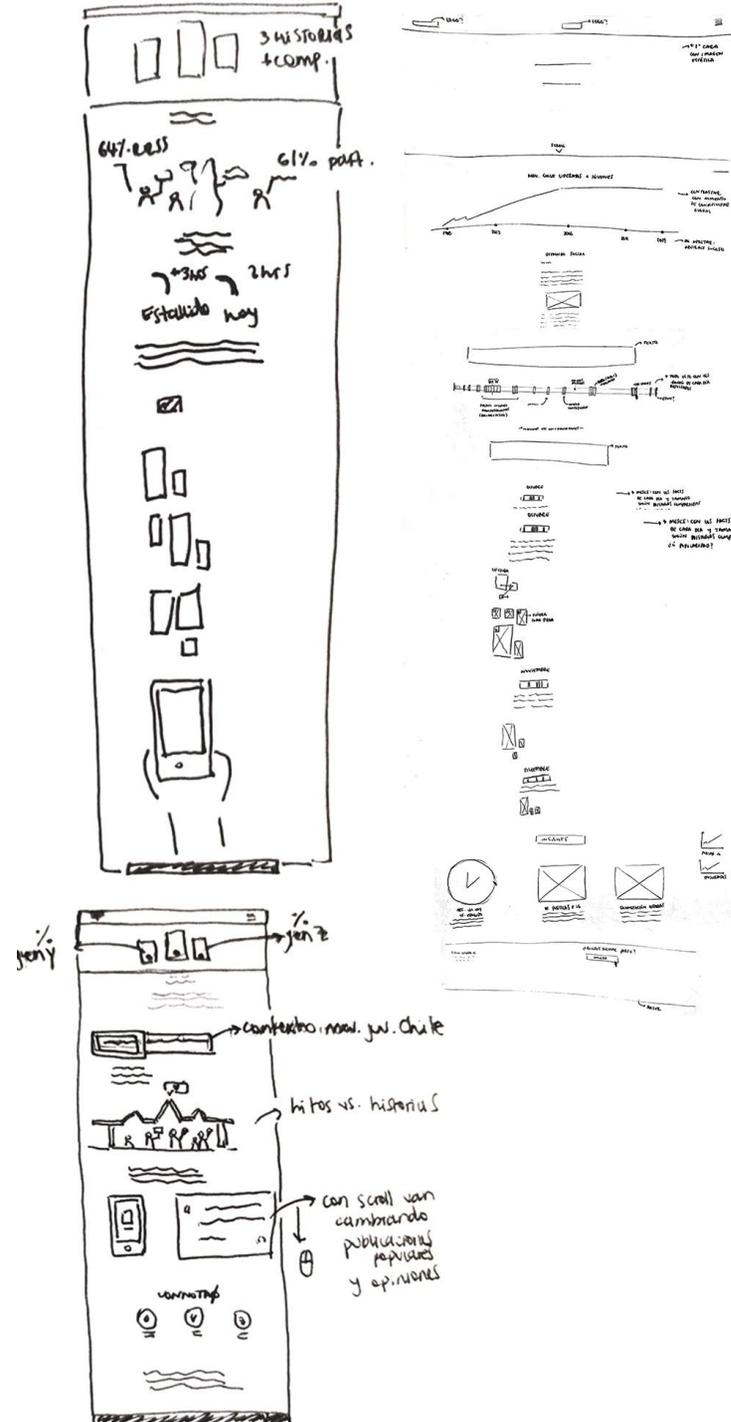
5.2.1 Bocetos, wireframe y testeo I

[5.2.1.1] Primeros bocetos

Después de haber procesado los datos y comprendido las posibles narrativas en base a resultados que presentaban mayor potencial a cruces, datos que expliquen datos, desechando posibles visualizaciones por resultados no concluyentes. Se procedió a la etapa conceptual de prototipado.

Se trabajó en paralelo tanto las propuestas de visualización como de interfaz. Ambas consideraban dos ideas importantes:

1. Para la interfaz, generar una navegación que fuese sencilla para que los usuarios no tuviesen problemas en comprender la navegación del contenido del sitio a desarrollar.
2. Para las visualizaciones, simplificar el número de variables a representar para generar un resultado que fuese sencillo de procesar y fácil de captar.



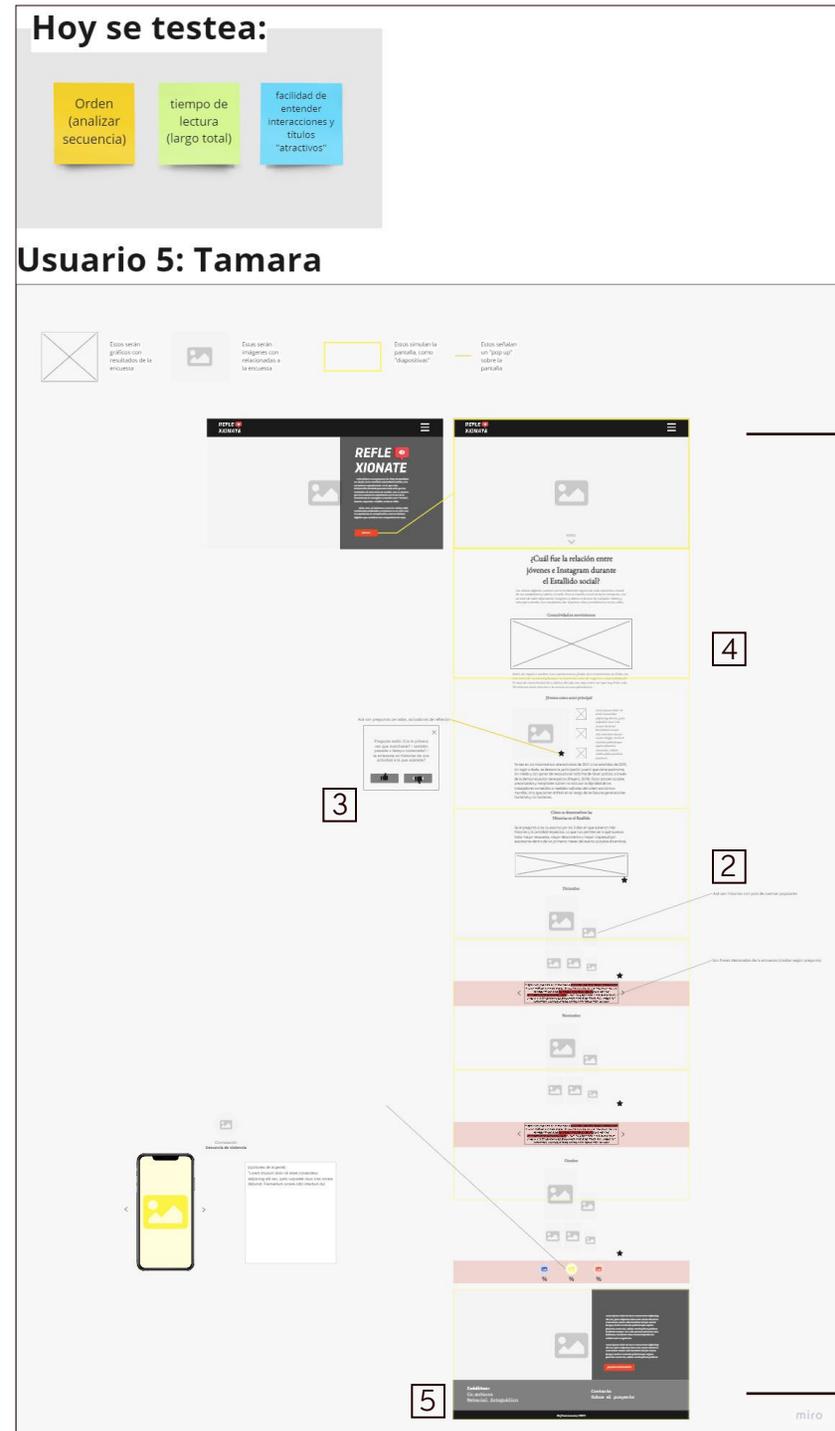
[fig.24] se trabajaron a papel, en base a posibles narrativas y orden. Edición propia.

[5.2.1.1] Wireframe y testeo I

Luego de definir estas ideas se procedió a consultar a profesionales por formas óptimas de visualización y elementos a considerar, en respuesta a bocetos que se les presentó. Algunos elementos definidos son:

1. Para explorar esta infografía interactiva se le da una narrativa en formato longform, a través del storytelling o, mejor dicho, scrollytelling, en donde la idea es contar y luego mostrar.
2. Para representar los días con mayor cantidad de historias subidas por encuestados, se utiliza un gráfico lineal no figurativo, con el fin de visibilizar de una forma clara el aspecto de los días connotados, como complemento al uso de imágenes de historias recopiladas previamente.
3. Para lograr mantener al usuario conectado y comprobar de alguna forma que estuviera reflexionando, se definen preguntas cortas tipo pop up, cada sección con su pregunta activadora, representada en cierto símbolo que al hacer click despliega la pregunta.
4. Para representar la conectividad a internet en movimientos nacionales encabezados por jóvenes en el último tiempo, se utiliza un gráfico de línea con marcadores que lleva al hacer click a un resumen del movimiento, en el eje x los años de los que hay registro, en el eje y la cantidad de conexiones a 3G 4G en Chile (Este no se trabajó en el wireframe, sino paralelamente).
5. Footer que contenga: sección aparte de créditos, participar, acerca del proyecto, link de contacto.
6. Utilizar secciones que vayan de lo más general a lo particular (recuadros amarillos, descritos en prototipo).

[fig.25] mesa de trabajo para testeo individual en Miró



Resultados testeo I

Fue testada en la plataforma *Miró*^[24], con 6 personas^[25], dos de los co-autores, cuatro personas que no conociesen la encuesta: dos según límites de rango etario, dos que estudiaran alguna carrera afin al tema. En este testeo el objetivo era validar el concepto y la estructura del sitio, para el desarrollo.

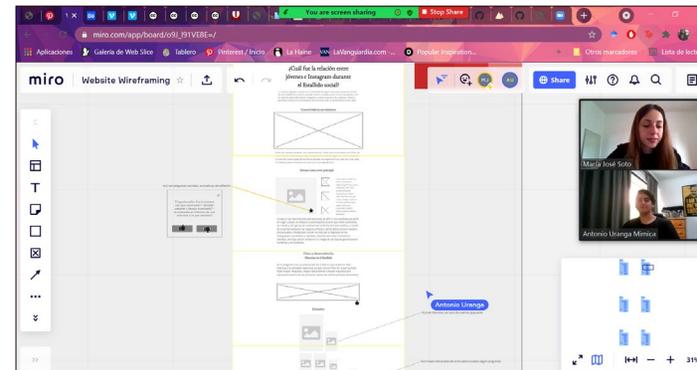
Métricas

1. Tiempo de lectura (largo total)
2. Orden secciones
3. Lenguaje web (utilizar elementos como botones, tipografías, pop up, etc.)

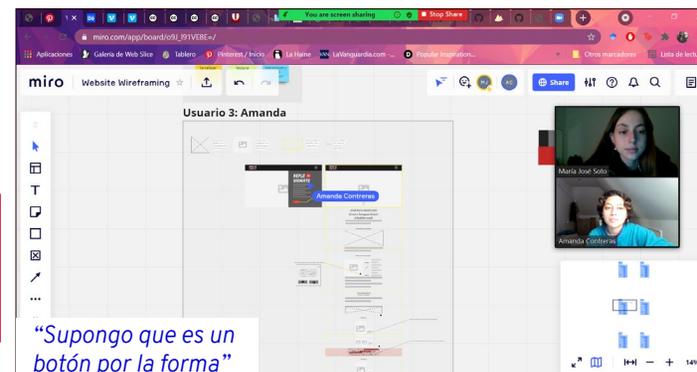
Se cumple el tercer objetivo, de diseñar una narrativa infográfica atractiva, ya que al menos 5 de 6 aprueban el sistema de preguntas y dar una lectura interactiva.



Al iniciar el testeo se les entregaba el link, algunas desconocían la plataforma



Esta plataforma permite dar un mejor seguimiento a las acciones del usuario



^[24] *Miró* es una plataforma colaborativa, que permite la edición de varias personas al mismo tiempo.

^[25] Se utiliza uno más de lo recomendado como margen de error.

5.3.1

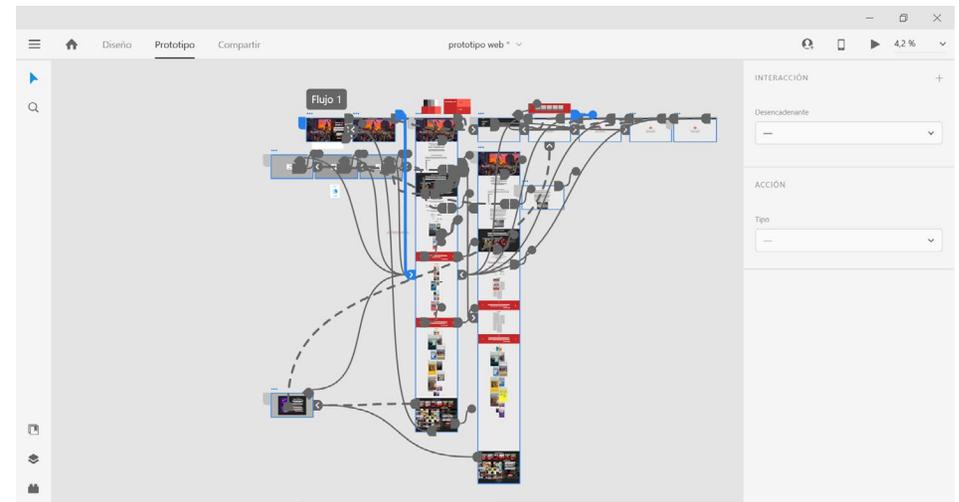
Prototipado y testeo II

[5.3.1.1] Primeras definiciones de lineamientos visuales

Al comenzar a trabajar tanto en los gráficos y contenido como en el sitio web, el primer paso fue buscar herramientas como *Material Design* (Google, 2014) y normativas de elementos interactivos como los botones y ventanas emergentes universales, o elementos que ofrece *Bootstrap 5*, la cual sugiere utilizar tipografías disponibles en *Google Fonts*. Para el caso de las imágenes se trabaja con pesos óptimos para una carga rápida y se mantiene su aspecto original, todas estas herramientas fueron utilizadas según el *Opr* “Infografía digital”.

Complementado con la herramienta *Adobe Xd*, amigable para diseñadores, que permitió desarrollar prototipos funcionales integrados en un ordenador para lograr una primera versión, para la segunda se plantea agregar visualización para celulares. Para el caso de los gráficos se utiliza la herramienta *Rawrgraph* para crearlos online, e *Illustrator* que permite un mayor grado de personalización acorde a la paleta de colores.

El resto de lineamientos serán tratados en el apartado de Identidad visual más adelante.



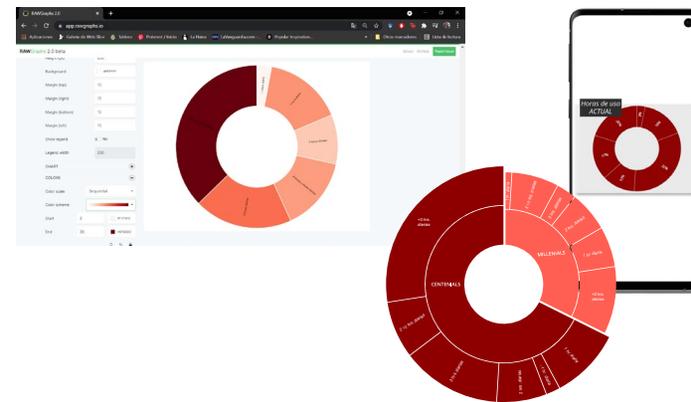
[fig. 30] vista gral. de interacciones de mesas de trabajo en Adobe Xd

[5.3.1.2] Construcción prototipo

Primeras visualizaciones

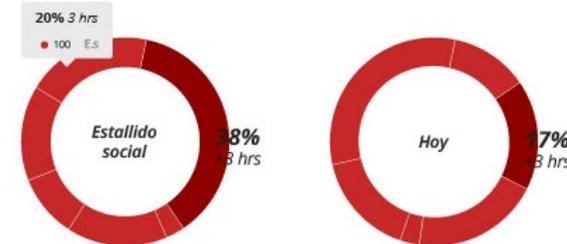
Los primeros gráficos no figurativos en trabajar fueron la comparación entre horas de uso actuales versus las del E.s, de la mano con utilizar los datos e ir probando en RAWgraphs, se definió el uso de diagrama de rayos solares, pero ¿por generación? ¿es relevante para la comparación ver el valor de los otros gráficos? Aquí podemos ver las diferentes pruebas hasta llegar a una propuesta donde quien decida saber más, puede saber los valores de cada hora al posicionar el cursor sobre la porción.

Finalmente para representar las generaciones se decide utilizar información externa, en pos de justificar la pertinencia de analizar a los jóvenes dentro del proyecto. Sin querer engañar al ojo humano, el gráfico de barra apaizado se utiliza para comparaciones, por lo que en el gráfico queda clara la existencia de una diferencia de porcentajes. Además, para dar un contraste entre generaciones, se agrupa de a pares, con tonos diferentes.



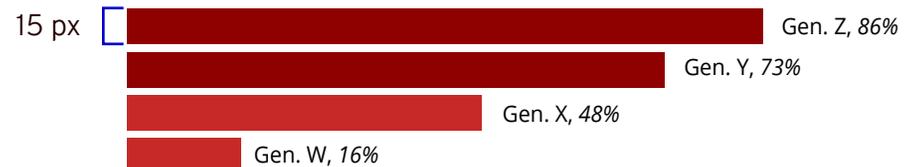
Pruebas generadas en Rawgraphs, posteriormente modificadas

Horas de uso red social

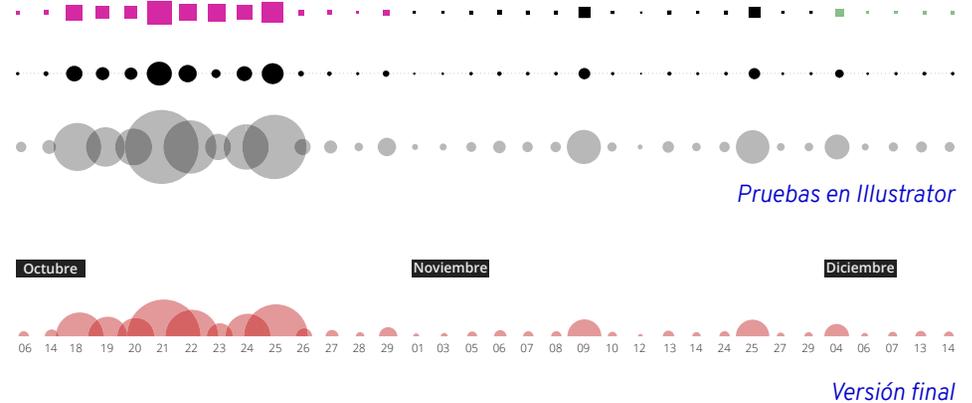


Versión final interactiva. Textos modificados para leer en fondo blanco.

Frecuencia de uso x gen.



Otro dato complejo de visualizar fue los días en que los co autores publicaron más historias, se descartó la idea de “sobre-embellecer” la información, ya que pierde valor la comprensión de lo que se plantea. En lugar de eso se continúa con un patrón geométrico de rectángulos (primera figura, por tamaño de historias) y círculos, como fue utilizado en los gráficos de horas. Finalmente se toma el concepto de superposición utilizado en gráficos de burbuja+ para transmitir el boom de historias publicadas, por sobre todo en octubre. Las distancias van según cantidad, no días.



Este concepto se replica, para poder mostrar qué historias fueron las publicadas en esos días. Para esto se toma de referencia el uso de tamaños en infografías de SCMP* como demostración de popularidad del día, con tres tamaños tipo (*s, m, l*) dando el sentido de lectura según el uso de pantallas de celular como enfoque principal. Además, su sentido de lectura continúa desde el bocetaje, con recordar desde lo más reciente hasta llegar al origen del movimiento y así en conjunto a la siguiente sección llegar al clímax+ de lectura. Al inicio de esta visualización va una leyenda que explica el sentido de lectura y la presencia de las 5 cuentas más populares, además de contenido compartido por los co autores (sugerencia tomada del primer testeo, ya que da coherencia a poner la experiencia de los co autores como prioridad).



uso de notas para agregar sucesos de la fecha, con posible incidencia en historias

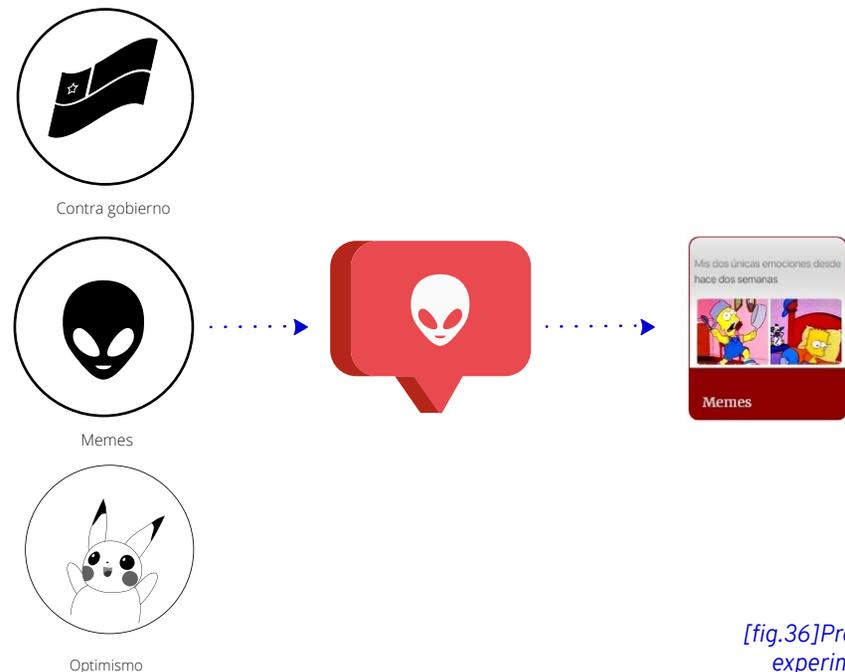
Surge la idea de las frases destacadas para mostrar resultados cualitativos, las cuales se terminan ubicando entre los meses, en búsqueda de intencionar una pausa entre lo sucedido cada mes, además de relacionar lo que ves con lo que piensas. Para su aspecto en primera instancia se propone utilizar una ipografía display tipo afiches de las marchas, al notar que dificulta la lectura, se usa la misma del cuerpo.

CREO QUE CUANDO SE EMPIEZAN A QUEMAR LAS PRIMERAS ESTACIONES Y SALE PIÑERA DICIENDO QUE DECLARA ESTADO DE EMERGENCIA FUE EL MOMENTO EN QUE SE HACE IMPOSIBLE NEGAR QUE HAY UN DESCONTENTO GENERALIZADO Y QUE EL GOBIERNO ESTÁ MUERTO DE MIEDO Y UTILIZANDO LAS HERRAMIENTAS QUE TIENE A LA MANO PA' INTENTAR FRENAR A TODA COSTA ESTA EXPLOSIÓN SOCIAL

"CREO QUE CUANDO SE EMPIEZAN A QUEMAR LAS PRIMERAS ESTACIONES Y SALE PIÑERA DICIENDO QUE DECLARA ESTADO DE EMERGENCIA FUE EL MOMENTO EN QUE SE HACE IMPOSIBLE NEGAR QUE HAY UN DESCONTENTO GENERALIZADO Y QUE EL GOBIERNO ESTÁ MUERTO DE MIEDO Y UTILIZANDO LAS HERRAMIENTAS QUE TIENE A LA MANO PA' INTENTAR FRENAR A TODA COSTA ESTA EXPLOSIÓN SOCIAL"

"Creo que cuando se empiezan a quemar las primeras estaciones y sale Piñera diciendo que declara **estado de emergencia** fue el momento en que se hace **imposible negar** que hay un **descontento generalizado** y que el gobierno está muerto de miedo y utilizando las herramientas que tiene a la mano pa' intentar frenar a toda costa esta **explosión social**."

Para el caso de las connotaciones, no había certeza de cómo representarlas, pero sí su importancia, dar una mirada general y posibles puntos de encuentro entre opiniones diferentes. Esta información si bien no está completa para generar números, mostraba los tópicos principales. Al inicio se generan íconos con contexto de la revuelta social, sin embargo se salían del lenguaje gráfico generado, luego con estos mismos sobre el imagotipo, pero finalmente se vuelve al origen, las historias. Dispuestas en "tarjetas" con la posibilidad de pincharlas si se quiere saber más del tema. Aquí se muestra una imagen de la connotación, su definición y una opinión de co-autor, relacionada.



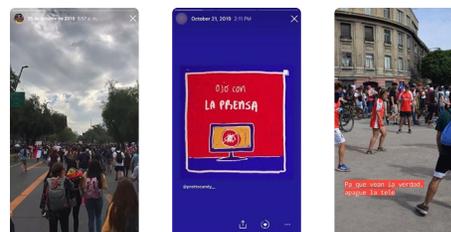
[fig.36]Procesos de experimentación

Materiales de registro

El uso de imágenes estuvo como norte utilizarlas sin modificar su aspecto, desde las utilizadas para historias (formato vertical, esquinas curvadas), así como las que facilitaron dos fotografías de profesión. Quienes fueron elegidos en una búsqueda de material que retratase al joven como concepto, digitalizado en medio de las manifestaciones y por otra parte, para la portada el concepto principal era estallido y redes sociales (en referencia a el concepto del sitio debe quedar claro en los primeros 5 segundos).

En el caso de la portada, se probaron otras imágenes ideadas con mock-up's, más no daban fuerte con el concepto descrito. A continuación se muestran portadas previas al prototipo.

Así mismo pruebas para el cierre de la narrativa, su objetivo era retratar de cierta forma a estos 100 co autores, sin revelar sus identidades, lo cual presentaba el desafío de no convertirse en una intervención artística que centrara la atención. Como lluvia de ideas se pensó en representarlos con colores, solo el nombre en una página aparte, puntos, caras aleatorias ficticias, entre otras ideas no retratadas (se muestran dos conceptos previos).



A modo general, se presentaron tres tipos de historias: registro propio, compartido y sin fechas. En el caso de lo propio, se censuran rostros, además del perfil de usuario.



Archivo de 25 de octubre de 2019, tomada por Fernando Prado.



Archivo de 06 de diciembre de 2019, tomada por Macarena Fuentes.

Proceso portada



1. Imagen propia, no daba la esencia



2. Mock-up intervenido, vacío



3. Imagen de Fernando, sin intro



4. Misma imagen, con intro compleja (ignorar recuadro gris)



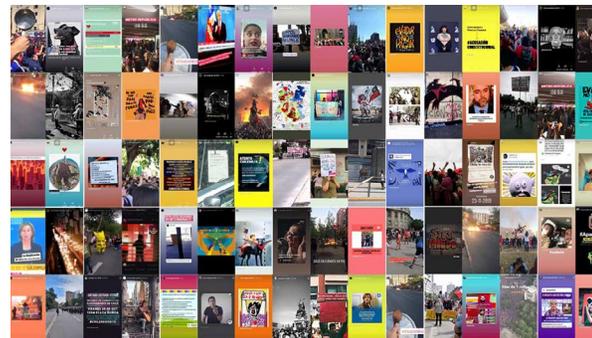
5. Misma imagen, con intro activa

Proceso cierre

1. Concepto: mostrar perfil de autores, de manera abstracta



2. Concepto: metáfora, cada pixel equivale a cada autor



3. Concepto: suma de la esencia de los anteriores, pero se retrata con sus experiencias, sus historias

[Fig 38] proceso prototipo, elaboración propia.



Uso de secciones

Todas estas visualizaciones e interacciones se despliegan a lo largo de siete secciones, tipo cápsulas de información independientes entre sí, con una narrativa introductoria (contar) y luego contenido visual (mostrar). Estas son:

1. Introducción: Se utiliza una imagen de contexto que plasme el uso de capturas durante la revuelta social y un breve texto explicativo. Al apretar un botón, se da inicio con una indicación de bajar (scroll), a lo que se revela el título, bajada y autora.

2. Conectividad en movimientos: Esta sección está pensada para dar contexto de por qué es pertinente hablar de la relación de redes sociales con este movimiento nacional y no otros pasados. Aquí se encuentra el primer “Reflexiónate”.

3. Jóvenes como actor principal: Aquí se presenta al usuario que entrega información, con una imagen pertinente, gráficos que dan cuenta del uso de esta red por los jóvenes y el bajo uso de las otras generaciones. Aquí se encuentra el segundo “Reflexiónate”.

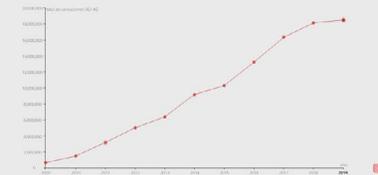
¿Cuál fue la relación entre jóvenes e Instagram durante el Estallido social?

Por María José Soto

Los nativos digitales cuentan con la facilidad de registro de cada momento a través de sus smartphones y subida a la web. Para la revuelta social no fue la excepción, con un exceso de información: imágenes y videos a lo largo de cualquier momento y estar bien viendo a los estudiantes del primer salto y manifestarse en las calles.

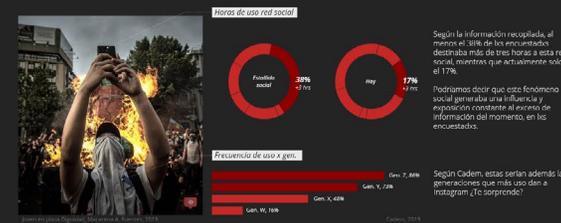
Conectividad en movimientos

Antes de siquiera analizar nos cuestionamos ¿hubo otro movimiento en Chile con este nivel de conectividad? Siempre se tomó este nivel de registro a nivel individual? El nivel de conectividad de la última década deja ver que hoy 9 de cada 10 chilenos tiene internet a lo menos en una plataforma.



Jóvenes como actor principal

Ya sea en los movimientos alteractivistas de 2011 o los estallidos de 2019, sin lugar a duda, se destaca la participación juvenil que viene autónoma, sin miedo y con ganas de revolucionar la forma de hacer política, a través de la democratización de espacios (playes, 2018). Actores sociales precarizados y marginales, que luchan no solo por la dignidad de los trabajadores sometidos a medidas del orden económico, sino que ponen énfasis en el riesgo de las futuras generaciones humanas y no humanas.



Cómo se desenvuelven las Historias en el Estallido

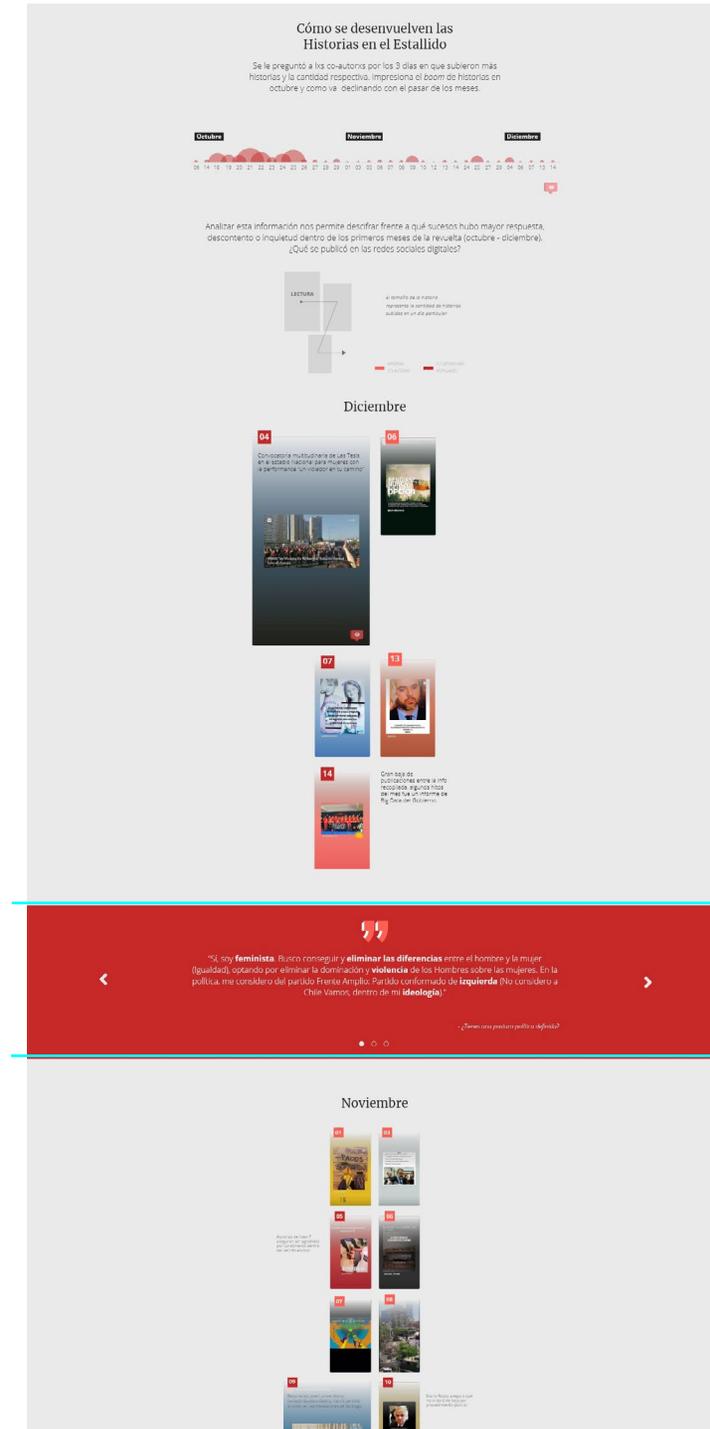
Se le preguntó a los co-autores por los 3 días en que subieron más historias y la cantidad respectiva. Impresiona el boom de historias en octubre y como va declinando con el pasar de los meses.

Hay layers que son secundarias, tales como: una galería, acerca del proyecto, créditos y “Reflexiona2” que abarcaría la reacción de expertos ante la narrativa. Se decide no simularlas más allá del concepto, ya que es un agregado al foco principal.

4. Cómo se desenvuelven las historias en el Estallido:

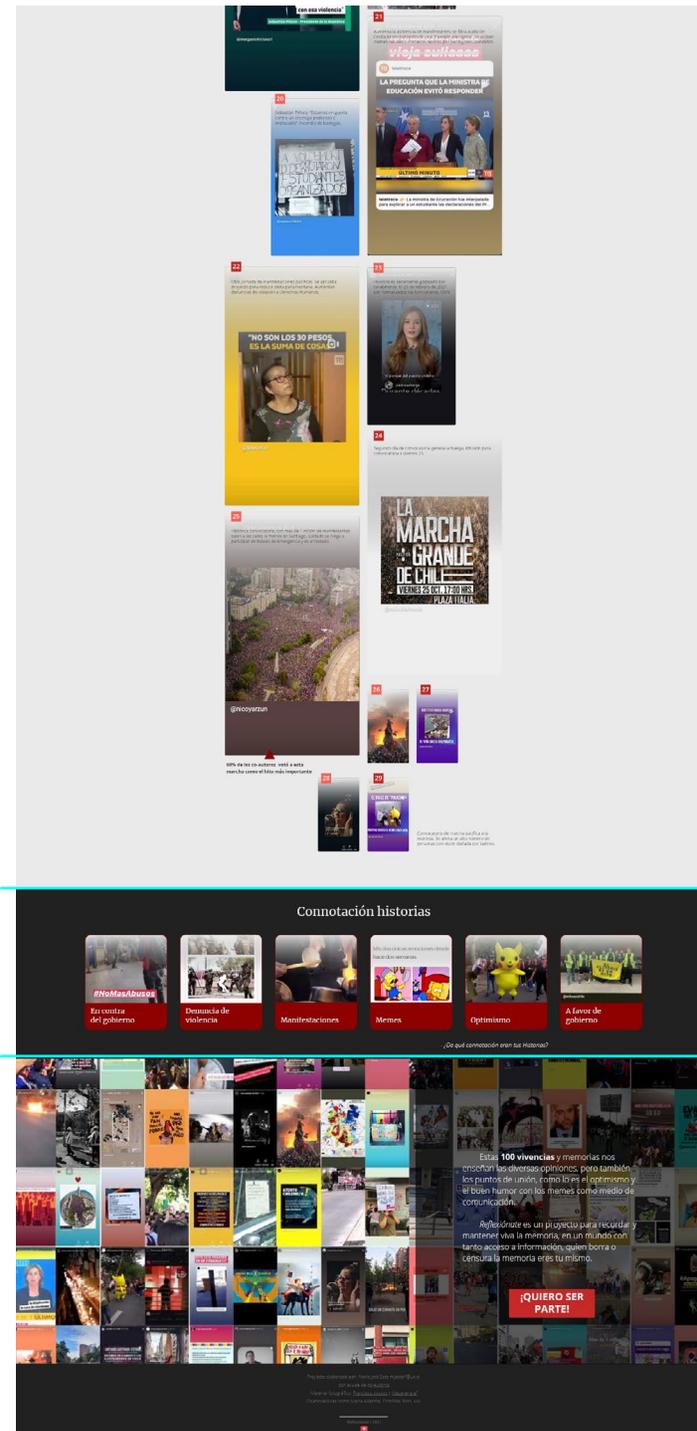
En primera instancia se muestra un gráfico de burbujas con los días en que se suben más historias. Luego una leyenda que enseña el orden de lectura para las historias de cada mes, los cuales van de diciembre a octubre por la decisión de ir de lo más reciente al origen del estallido (tipo *rewind*). Aquí los botones “*Reflexiónate*” se despliegan en el primer gráfico y uno por cada mes.

5. Opiniones destacadas: Esta sección se utiliza a modo de **pausa** visual entre las imágenes de las historias de cada mes. Se despliegan a través de clicks hacia los lados, se simula este tópico con una pregunta fija como guía y/o contexto.



6. Connotaciones: Sección “final” que da cuenta de los tópicos que dominaron las historias de aquellas fechas, además de funcionar a modo de galería para ver más historias y experiencias de los co autores. Se presentan los nombres con una historia tipo en recuadros, estos son clickeables para desplegar la descripción de dicha connotación en caso de buscar más información al respecto.

7. Cierre y footer: Aquí se invita a participar con una representación de los co autores. Se dan los créditos, se cierra con logo y fecha de última edición. A modo de Easter egg, al apretar el logo se vuelve al inicio del sitio. Al apretar el botón de participar se simula que este lleve al formulario para entregar tus datos y/o historias compartidas de la época.



[fig.40] Mesa principal

Resultados Testeo II

Por **objetivo** se debía verificar que permitiese una navegación exitosa, es decir, un testeo de usabilidad.

Al igual que para el primer testeo, se prueba con 6 personas representativas del público objetivo. Consistió en reuniones individuales vía zoom, para evitar influencias entre pares, donde se les compartía un link generado para simular la página web. Además se les daba un rol, previamente definido, el cual primaba en la forma de navegación, al hacerlo se les solicitó comentasen en voz alta lo que piensan.



Zoom permite monitorear detenidamente la actividad del usuario, se siente parte del sitio

Métrica

Eficacia: pueden o no los usuarios del test conseguir los objetivos predefinidos con el prototipo web ^[26]

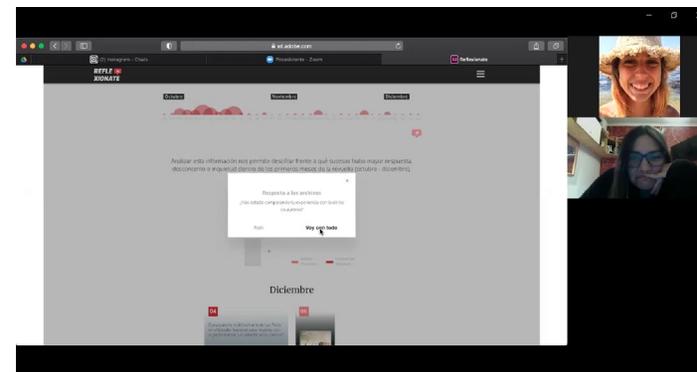
T1: El usuario interactúa en la sección de conectividad en busca de información

T2: El usuario da al menos con una de las preguntas escondidas a lo largo de la narrativa

T3: El usuario ve en la sección de jóvenes los porcentajes de cada parte

T4: El usuario interactúa con la sección de connotaciones en busca de información

^[26] Esta es una de las métricas básicas de usabilidad y experiencia de usuario (Sauro; Lewis, 2016)



Se sorprende al encontrar la tarea 2, le agrada el uso de "cápsulas informativas"

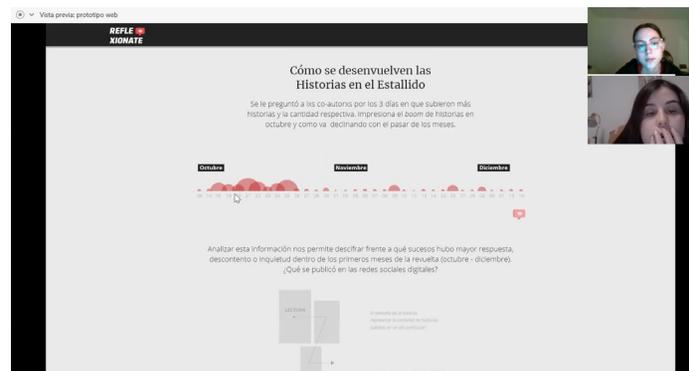
Aspectos positivos:

- En tanto a tareas 5/6 comprende la sección de jóvenes, y se logra la tarea 4.
- Destaca el uso del símbolo del imago tipo, como medio explicativo e interactivo.
- Resaltan el uso de secciones y el contenido, ya que narra el estallido sin tener que buscar otros medios necesariamente, “busca informar sin beneficio propio, sin sesgar, dando la experiencia que vivimos nosotros”
- Se entiende el uso de frases como un momento de pausa a ver las historias de los meses.

Por cambiar:

- Darle una interacción más notoria al primer gráfico, ya que solo 2/6 consiguen interactuar con él.
- El tamaño tipográfico de las historias entorpece la lectura, entonces no son leídas.
- Se decide replantear el modo de dar a conocer las 5 cuentas más populares en las historias compartidas.
- Si bien 3/6 interactúan con las preguntas, se decide darle un rediseño para ser más intuitivo.

Se cumple el cuarto objetivo, ya que es unánime el sentido de reflexión manifestado por los participantes sin siquiera preguntarles, van reviviendo y comparando su experiencia en secciones diferentes.



“La letra de los gráficos se ve muy pequeña, quizás podrías indicar lo que se aprieta”

Logra cumplir el primer objetivo, ya que se entienden los gráficos y la idea general de la lectura, **sin embargo** se decide iterar en este objetivo, ya que no todas las interacciones presentes son comprendidas.



5.4.1 Identidad visual

[5.4.1.1] Naming

“Reflexiónate” surge de un proceso de brainstorming e introspección. Se buscaba un nombre que hablase por sí solo, en lo que interpelara a un “tu” directamente se convirtió en la esencia del nombre y proyecto, debido a que los análisis colectivos era algo ya cubierto, se definió una línea más dirigida al individuo. Así mismo, debía aludir a la red social y el fenómeno en cuestión, por lo que el isotipo fue una elección para representarlo.

[5.4.1.2] Exploración imagotipo

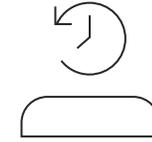
Tomando inspiración de la identidad de Chile trabajada por Renato Bernasconi en sus dos versiones de la intervención “Así somos los chilenos,^[27] se exploran tipografías de carácter similar con estilo a mano alzada. Por otra parte, la idea inicial era jugar con el tilde de Reflexiónate para dar rasgos digitales a esta identidad chilena, con representaciones de mensajes, personas, likes, etc. Finalmente se toma en cuenta la idea de que sea replicable a otros movimientos sociales y “cercana”, tomando una tipografía sin serif de carácter universal -con peso- bold, como lo es *Trasandina*. Diseñada por Fernando Díaz en 2015 especialmente para uso web, por lo que funciona en diversas resoluciones y por su versatilidad funciona en logos y carteles.^[28]

^[27]www.artepopular.cl

^[28]www.tipotype.com



Instagram



REFLEXIONATE

REFLEXIONATE

Recordar

REFLEXIONATE



REFLEXIONATE

Estallido social

REFLE 

XIONATE

[fig. 44] Simulación notificación App
[fig. 45] 18-0 2020
[fig. 46] Así somos los chilenos

[5.2.1.3] Imagotipo

El logotipo que se presenta corresponde a la identidad visual del nombre de la plataforma y está compuesto por dos elementos. El ícono o isotipo y por el naming o logotipo, los cuales se utilizarán en conjunto como una unidad total.

- **Isotipo:** una construcción que representa los contextos de la identidad. Se trata de un símbolo trabajado desde elementos presentes en la narrativa, como lo es las iconografías de notificaciones y uno de los símbolos de lucha, como lo fue la pérdida visual durante el E.s. Diferenciado por contraste y color según su aplicabilidad. Para su construcción se le da metafóricamente una perspectiva diferente a la utilizada siempre (de 2D a 3D).
- **Logotipo:** forma gráfica del nombre, diferenciado por estilo tipográfico de carácter fuerte.

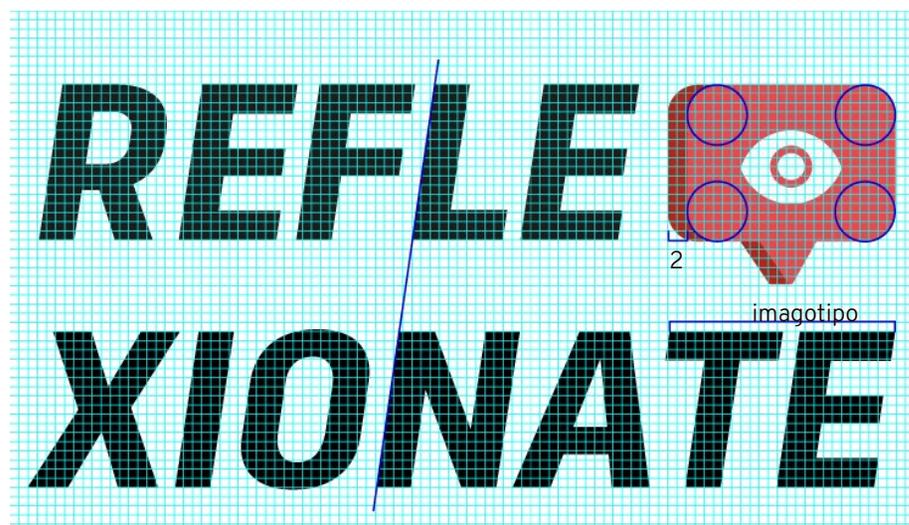
[5.2.1.4] Paleta cromática

La paleta cromática utilizada en la identidad visual del proyecto se compone básicamente por blanco, negro y rojo. Se elige el rojo en representación al concepto de fuerza de los movimientos sociales, mientras que la elección de blanco y negro va por el contraste que generan, utilizado para una buena lectura y darle una visualidad simple, limpia y minimalista (en contraste al uso de imágenes en bruto). Como herramienta para generar la paleta se utilizó la plataforma *Color Tool* de Material Design, con colores RGB que funcionan en la web.^[29]

Este sistema funciona en base a la elección de un color primario y un color secundario, de estos se genera un color variante de secundario, color de fondo, color de superficies emergentes y color indicador de errores para cubrir los aspectos visuales básicos de cualquier interfaz web y ejemplifica sus posibles aplicaciones.



En uso, sobre negro



Unidad 10x10 pt



- Primario
- Light
- Oscuro
- Secundario
- Light
- Oscuro

^[29]www.material.io

[5.2.1.5] Elección tipográfica

El uso de tipografías en el mundo de la comunicación digital está marcado por utilizar dos tipografías, una para titulares y otra para el cuerpo. En base a los referentes descritos anteriormente, utilizamos una estrategia similar, adaptado a la narrativa interactiva.

Dicho esto, el proyecto utiliza dos familias tipográficas distribuidas según título y cuerpo de la narrativa infográfica. En primer lugar, se encuentra la tipografía *Merriweather* de la compañía *Sorkin Type*, la primera versión fue lanzada en 2011. Seleccionada para títulos, por la formalidad de una tipografía serif, con una tensión levemente en diagonal. La elección va inspirada en los referentes infográficos expuestos anteriormente que utilizan la misma o tipografías similares.

En segundo lugar, se usa la tipografía *Open Sans*, diseñada por Steve Matteson, es una tipografía sans serif humanista optimizada para interfaces impresas, web y móviles, con una destacada legibilidad. Se le consideró como una elección adecuada para ser utilizada tanto en cuerpos de texto como en títulos, subtítulos y botones.

[5.2.1.6] Uso tipográfico en la Interfaz UI

El uso de tipografías está pensado desde la programación del sitio web, para el cual es compatible utilizar tipografías que se encuentren en la biblioteca de fuentes disponibles en *Google Fonts*,^[30] ya que en la práctica se utiliza en varios Host por estar subido a la web y así tener un código más simple, es decir, se carga más rápido.

Al mismo tiempo, esto permite que se adapte a cada tipo de pantalla, al utilizar este tipo de proporción.

Estilos de caracter ^[31]

Encabezado

Bold 40pt

Títulos

Bold 24pt

Citas

Light, Bold 18pt

Cuerpo

Light 16pt

Cuerpo secundario

Light 12pt

BOTONES

Bold 12pt

Estilos de párrafo

Cuerpo

Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est eopksio laborum. Sed ut perspiciatis unde istpoe natus error sit voluptatem accusantium doloremque eopsloi

Cuerpo secundario

Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est eopksio laborum. Sed ut perspicatis unde istpoe natus error sit voluptatem accusantium doloremque eopsloi ludantium, totam rem aperiam,eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi

^[30]

fonts.google.com

^[31] Acorde a la normativa WCAG, que básicamente plantea el uso de textos legibles se da con texto negro sobre fondos claros y texto blanco sobre fondos oscuros.

En el caso de Reflexiónate se usan ambos conceptos.

[5.2.1.7] Construcción sitio

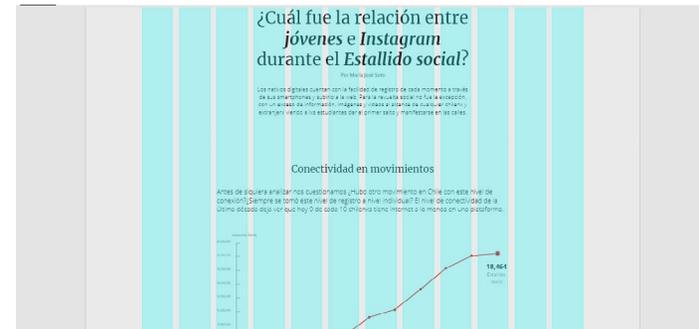
A grandes rasgos el diseñar una interfaz funciona inspirada en el diseño de material impreso, es decir, el uso de márgenes, grillas y columnas. Por parte de la herramienta de *Adobe Xd* de diseño responsivo, si bien permite redimensionar los espacios más rápido, se requiere de algunos reajustes, por lo que el trabajo se centra en el acabado para una pantalla “large” de 1366x768 px, además de una pantalla de iPhone 7.



[5.2.1.8] Concepto de pantalla adaptativa

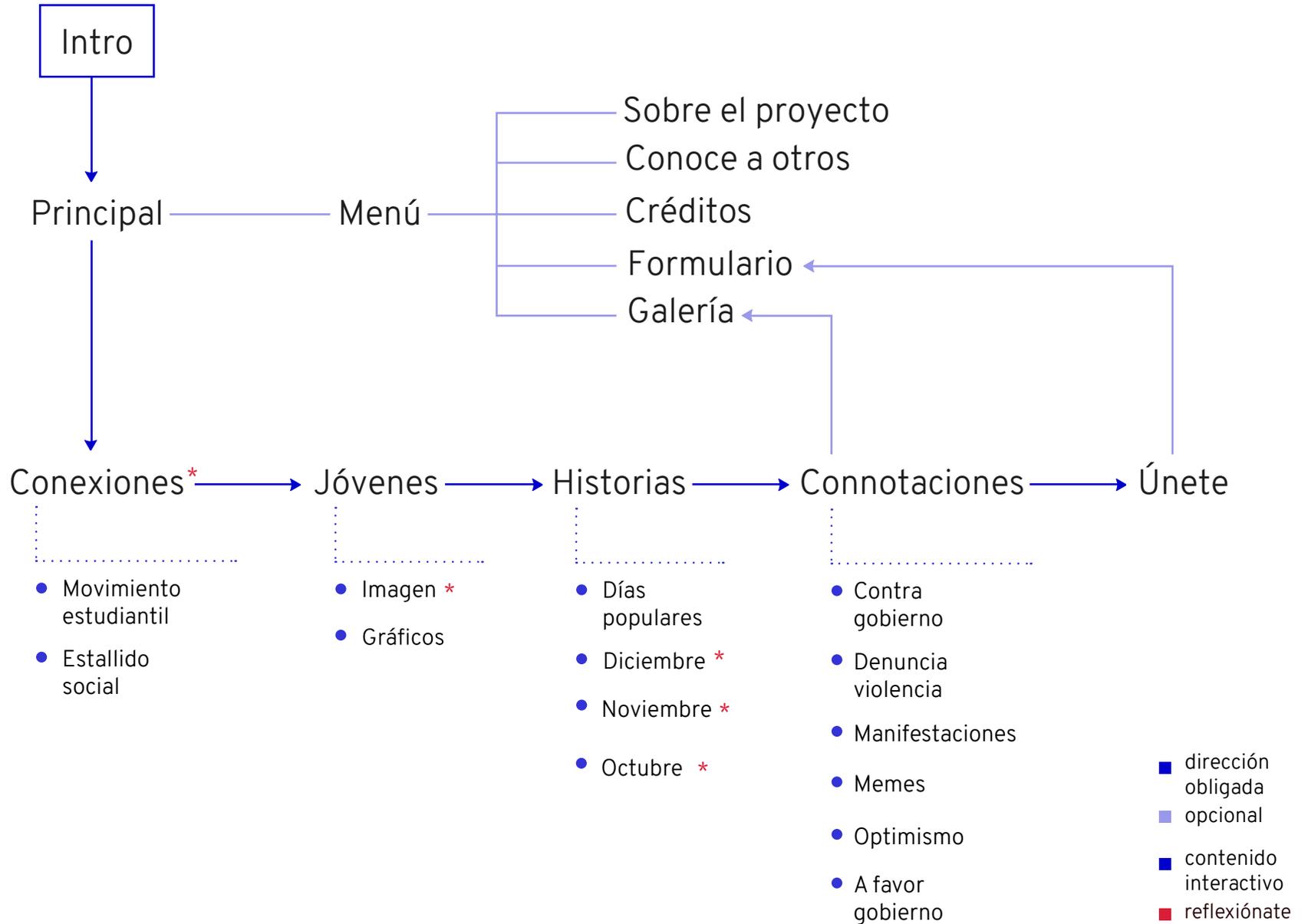
Para la maqueta final se utiliza dentro de Adobe Xd, la extensión Anima, en tanto a decisiones de diseño se elimina la sección “*Reflexiona2*”, ya que el querer dar la opinión de expertos o entendidos con el tema, se contradice con la esencia de la propuesta (narrar desde la experiencia de co-autores). Se continúa el uso de columnas, para la versión móvil se utiliza una pantalla de 1366 x 768 px, con el uso de cuatro columnas, manteniendo la proporción o *breakpoints*.

Un elemento clave de entender el uso de las 12 columnas y sus canaletas de separación, es que dentro de estas también se pueden volver a generar 12 columnas (por ejemplo uso 8 columnas y dentro de esta genero otro espacio de 12 columnas para distribución). Es importante entender que esta lógica permite diseñar en un contexto en que las resoluciones y formatos varían en proporciones y/o en orientación.



uso columnas
en maquetación

[5.2.1.9] Mapa de navegación



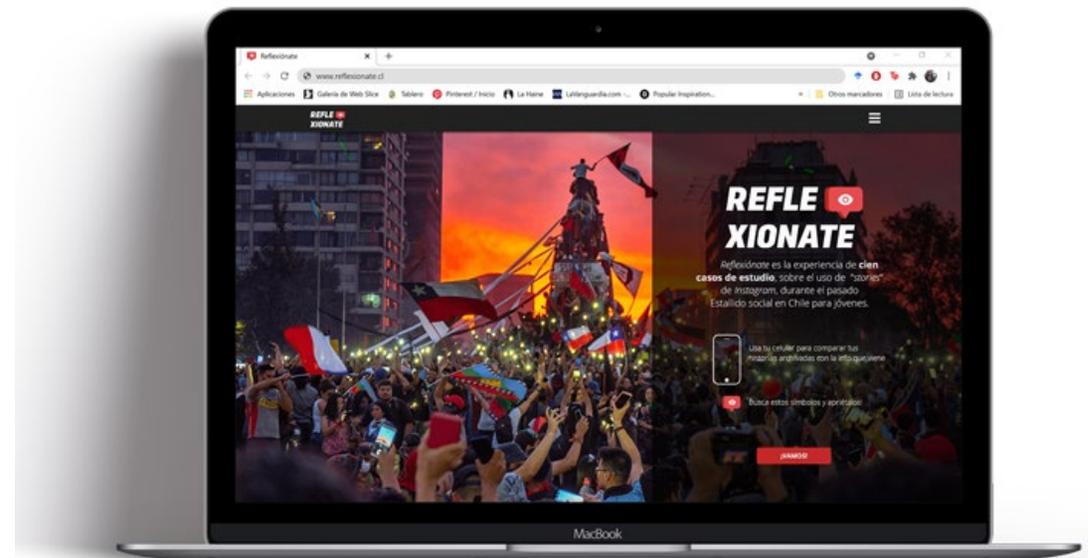
5.4.2

Maqueta final

Con los resultados anteriores, se le dio prioridad al rediseño de la propuesta de visualización que presentó mayores problemas a los usuarios: El gráfico de conexiones, al cual se trabajó una forma de darle más atractivo visual y coherencia con el resto de las visualizaciones desplegadas.

En segundo lugar se trabaja el peso visual y función de los símbolos “Reflexiónate”, factor principal de la narrativa, al buscar evidenciar algún grado de cuestión de los usuarios que consumen información.

A continuación trataremos los cambios solicitados anteriormente y el estado de aquellos.^[32]

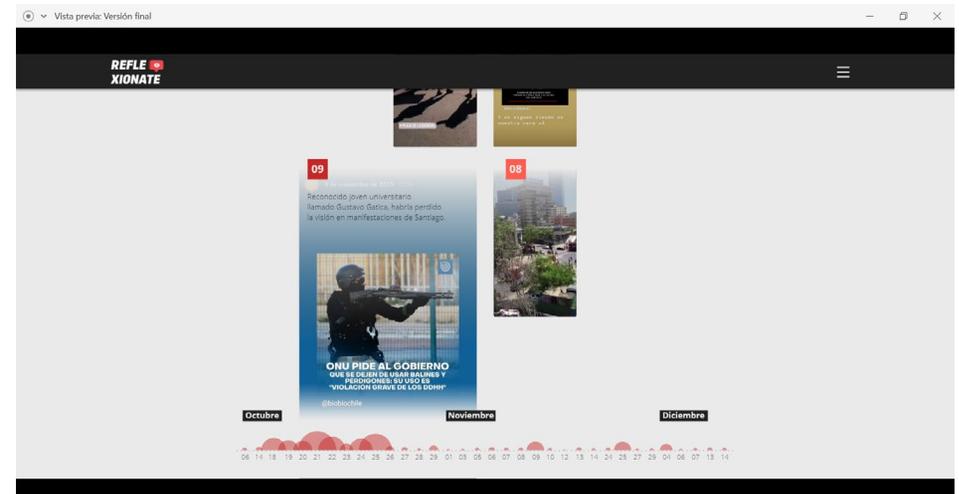


^[32] [Link a la maqueta final, aquí.](#)
(formato windows)

[5.4.2.1] Corrección sección historias

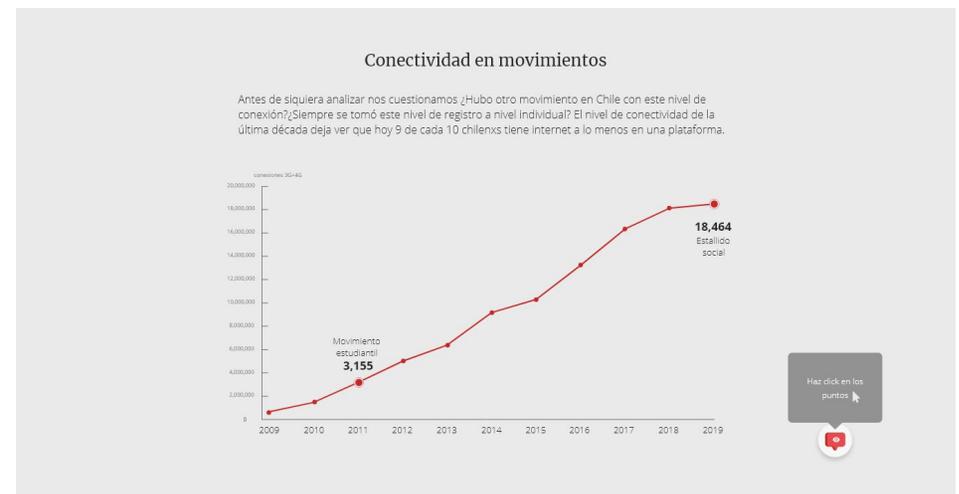
El objetivo de rediseño fue conectar ambas visualizaciones, para ser efectivos en la construcción de conocimiento. Se deja fijo el primer gráfico en la parte inferior de la pantalla y así lograr asimilar ambas variables: comprender el nivel de material compartido y comprender el despliegue de las historias.

Así mismo, se corrigen las dimensiones de textos y tamaños de las historias, para mejorar su análisis y no requerir de agrandar cada imagen, es decir, reducir los clicks dentro de la página.



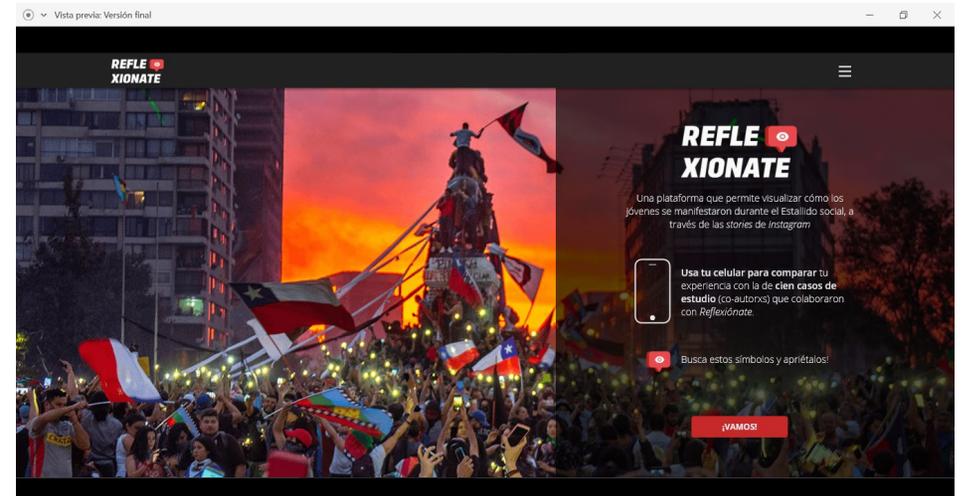
[5.4.2.2] Rediseño gráfico conexiones

Durante el testeo II notamos la ausencia de algún indicador de interacción presente en el gráfico, al mismo tiempo, al revelarles la interacción, los usuarios le veían sentido a la información desplegada. Con esto se descarta eliminar la sección, por lo que se prueba con puntos más llamativos, textos explicativos y el posible uso de una simbología de interacción, los números se corrigen al tamaño tipográfico usado en el cuerpo.



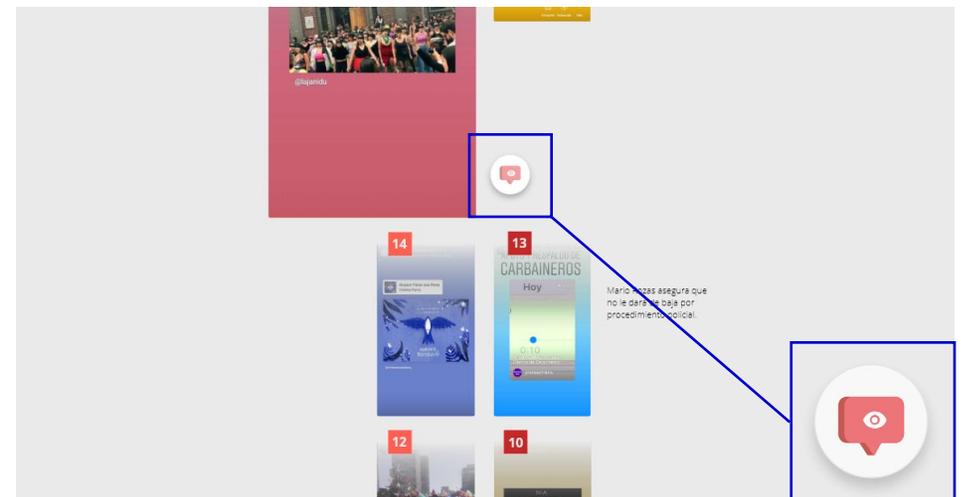
[5.4.2.3] Texto inicio

Se toma en cuenta la sugerencia de un usuario de testeo, de usar un texto breve al inicio. Entonces la esencia de este es dejar en claro la fuente de información y el carácter experimental. Así mismo dar dos instrucciones, el comparar sus experiencias y el buscar los botones “*reflexionate*” en la narrativa.



[5.4.2.4] Función símbolo isologo en la narrativa

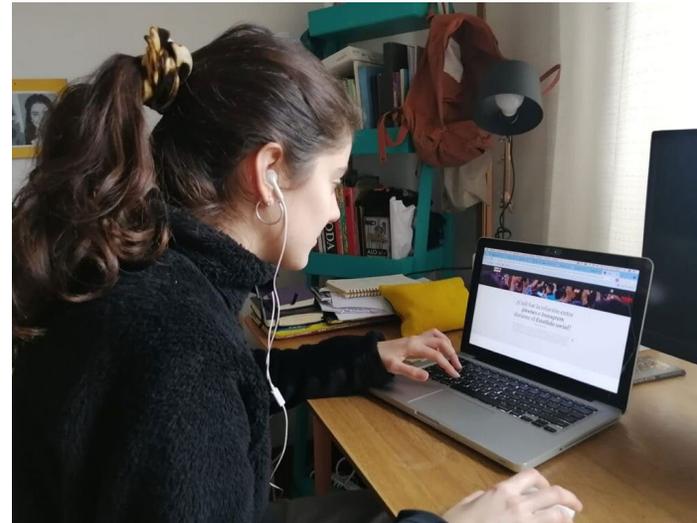
Inspirados en componentes en los que el usuario ya reconoce su interacción, así como un botón con texto debe ir en un rectángulo redondeado, se decide incluir un círculo sombreado, para notar más el uso de este símbolo, además de incluir una instrucción al inicio sobre la presencia de estos elementos distribuidos en la narrativa. Esta vez se incluye la simulación de resultados generales de cada respuesta, ya que no son obligatorias para continuar navegando en el sitio.



5.4.2.5 Validación

Proceso de testeo, que se cumplirá para el espacio de presentación, se espera cumplir el objetivo 3, con el entendimiento total de las interacciones de la visualización.

A continuación se muestra una simulación del proceso de testeo, con la intención de mostrar el sitio en uso.



“Se pudo ver genuinamente que la sociedad chilena no estaba tan polarizada como siempre lo han dicho. y ver a toda esa gente manifestándose a favor de que las cosas cambiaran no se había visto nunca. además que la marcha se realizo casi en su totalidad pacíficamente.”

Co autxr, gen. Z



06

CIERRE

En primera instancia se plantean aspectos esenciales para una futura implementación, como aspectos a rediseñar, estrategias de difusión y estrategias para el financiamiento del proyecto. Además de plantear posibles escenarios como la replicabilidad de *Reflexiónate*. Finalmente se da un breve análisis de lo que fue este proceso, conclusiones y aspectos tanto negativos como positivos a destacar.

6.1

Proyecciones: futuras estrategias para su implementación

Es preciso iniciar con la limitante de la cantidad de co autores, la cual si bien fue previamente definida en pos a los tiempos estipulados, dio cierto sesgo de resultados, que limitaba las posibilidades de concluir con lo obtenido. En respuesta, se considera lograr una etapa de validación que implique una muestra mayor de usuarios, con un modelo que permita obtener más co autores y así al mismo tiempo obtener una base de datos que apruebe un nivel de representatividad mayor, en primera instancia, de la población juvenil santiaguina. Con esto se lograría el objetivo de detectar patrones de comportamiento.

Para esto se desarrollaría una estrategia de difusión con mayor alcance a través de plataformas más establecidas que abarcan la temática, como el Museo del Estallido social, el Museo de la memoria y múltiples plataformas como los referentes nacionales. Yendo al origen, sería necesario obtener el apoyo de algún docente o diseñador con las características necesarias para tomar este proyecto y continuar el modelo investigativo, para sí postular a un fondo que permita costear este proyecto y así recién poder implementarlo, como etapa final.

Así se proyecta la opción de postular a fondos de investigación, con el fin de avanzar en la investigación hacia una que arroje un modelo de obtención de datos de comportamiento en la red social Instagram durante movimientos sociales digitalizados, consensuados, desde el codiseño. Dicho esto, se encuentra la línea de

[Link a modelo encuesta final](#)

diseño del Fondart Nacional. Dentro de la modalidad de investigación, en la cual se reciben postulaciones vinculadas al ámbito de la investigación teórica y desde la práctica disciplinar (investigación sobre técnicas, materiales, entre otras) y estudios vinculados a las áreas del diseño con relevancia nacional, que consideren una difusión coherente con la propuesta. Las convocatorias para el Fondart Nacional en Diseño 2022 se abrirán el 31 de agosto de 2021. Para la siguiente postulación sería necesario presentar un documento que manifieste la hipótesis y metodología a desarrollar en la investigación, una exposición general del problema y relevancia de este como objeto de investigación, por último, un documento que cuente con un marco teórico y referencias con relación a la investigación.

Desde otra arista, para barajar más de una opción, existe el Fondart Nacional modalidad “Haz tu tesis en cultura”, el cual busca promover y reconocer la investigación en cultura, artes y patrimonio realizada por profesionales nóveles y emergentes.

Al generar otra instancia de recopilación de datos se espera cumplir el segundo objetivo, obteniendo información representativa para dar con patrones de comportamiento y así poder visibilizarlos claramente.

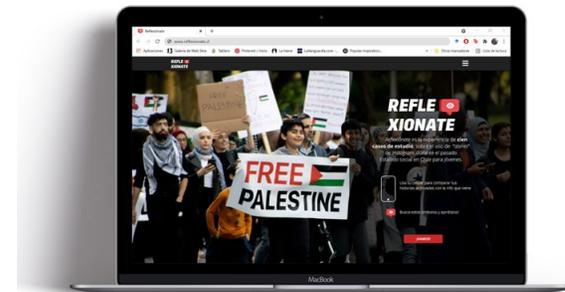
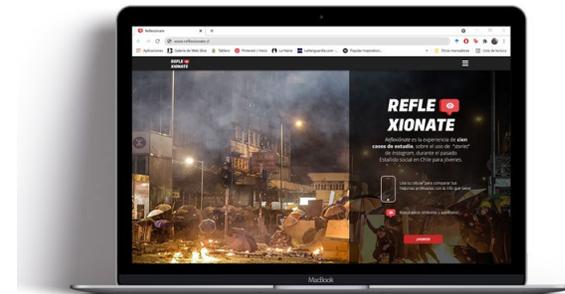
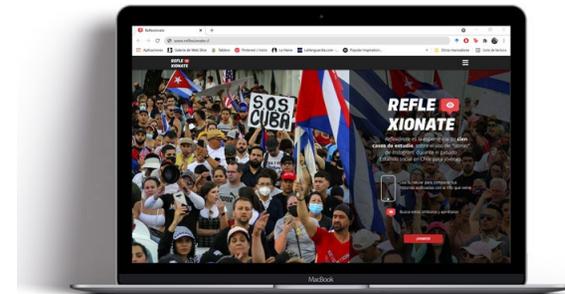
Por otra parte, la replicabilidad del modelo es una parte importante, ya que se podría llevar a otros movimientos de características similares, en causas como Palestina, Cuba o incluso Hong Kong. Movimientos que además de ser recientes, permiten revivir la experiencia desde lo digital.

Lo interesante del uso de secciones dentro de la plataforma, es que permite agregar o quitar información acorde a los resultados obtenidos en encuestas sobre otros movimientos actuales.

[fig. 60] Simulación con movimiento en Cuba

[fig. 61] Simulación con movimiento en Hong Kong

[fig. 62] Simulación con movimiento por Palestina



Conclusiones

¿Qué has reflexionado? Hemos llegado al final de un proceso de diseño, que reconozco fue complejo de plasmar, pero por lo mismo fue un desafío enriquecedor. Muchas veces el diseño implica replicar o adaptar, sin quizás darse el tiempo de detenerse y como decían al inicio de la carrera “darle valor al tiempo previo a la ejecución, ya sea que ahí se encuentre el valor de diseño o la estrategia de cometer los menos errores posible al momento de ejecutar la idea”. Un proyecto personal y con total libertad pone el gran desafío de trabajar con uno mismo, sin división de tareas según tus habilidades o conocimiento, Reflexiónate tiene un poco de eso, un cuestionamiento personal para y con un colectivo de personas.

Origen

La verdad es que al haber tomado roles de liderazgo en voluntariados externos a la universidad decidí tomarme un semestre antes de comenzar el proceso de título, en eso llega la pandemia y mis ideas de qué hacer para depositar parte de mí y mi conocimiento en un proyecto cambiaron de rumbo a no hacer algo que fuese ajeno al contexto que esta viviendo el usuario, que estamos viviendo actualmente. No ha sido fácil terminar de procesar lo que han sido los dos últimos años, para mí, dos puntos clave eran el descontento social por un lado y por otro la necesidad de adaptar la educación en infinitos ámbitos a lo que es hoy cada estudiante y sus inquietudes. Esto me hizo pensar en el factor común, los jóvenes, su apego digital e instinto de documentar todo ¿Cómo sería ver la revuelta a través de sus ojos? ¿Qué piensan esas generaciones que gritan en las calles, pero callan en la papeleta de votaciones?

Desarrollo

Tanto la investigación como el desarrollo fueron un camino complejo, lleno de limitantes complejos de abrir, pero lleno también de gente con herramientas dispuestas a ayudar. Al ser temas actuales, requería tener una constante actualización bibliográfica, ya sea por el Estallido social o el uso de infografías digitales como medio de traducción desde el diseño.

El proceso de formulación fue el más desafiante, definir un objetivo sin desviar la investigación, sin ser igual a lo que ya existe y el constante cuestionar “pero si ya pasó, ya hay varios análisis”. La importancia de acotar y re enfocar según los resultados obtenidos según la coautoría fue clave para lograr una “solución” o propuesta pertinente al diseño, estratégica y creativa.

La etapa de diseño fue poner los años de formación en práctica, con un constante desafío. Aprendí la importancia del rol social que tenemos, cómo acotar mis intenciones desde el tiempo y trabajo disponible para el proyecto. Fue interesante no tomar un proyecto tangible, ya que quizás en el mundo laboral no se presente una oportunidad similar, más que en el mundo de la academia.

Así mismo, explorar la coautoría desde diferentes aportes fue gratificante, llevar esa colaboratividad que se da en los movimientos sociales a un proyecto digital y toparse con gente feliz de visibilizar su trabajo en otros proyectos, al mismo tiempo de saber comunicar, “escuchar” y trabajar metódicamente desde la desventaja que significa digitalizar el proceso completo.

El resultado

Si bien “Reflexiónate“ externaliza la acción, fue un camino de constante introspección y replanteamiento de proyecto, para evidenciar la pertinencia desde el diseño al no ser un trabajo convencional. Además permitió poner en valor la parte previa de ejecución, es decir, la parte investigativa desde un diseño activista y co participativo.

En líneas generales, la mayoría de las historias compartidas durante el fenómeno se limitan a contenidos con un alto nivel de denunciar violencia, dar pie a definir posturas, pero al mismo tiempo por debajo hubo optimismo y una actitud de reserva de opinión para darla en espacios de confianza, físicos. Además de dar cuenta de una alta exposición a consumo de imágenes de contenido a la larga, sensible.

Finalmente se logra al menos evidenciar la necesidad de espacios de reflexión y revivir la experiencia individual desde el colectivo. Así mismo el rol de diseño como activador de diálogo, a través de la exposición interactiva. Este es el valor de la propuesta, produciendo un valor cultural hacia la visión crítica de los jóvenes y hacia tomar la eternización del pasado con la imagen, como una herramienta en contra de esta misma.

El tiempo, como cualquier proyecto de diseño, fue algo que jugó en contra debido a múltiples factores, que me llevan a estar orgullosa de los logros obtenidos, pero me dejan con ganas de haber logrado un mayor alcance en conjunto a un equipo pertinente a sus requerimientos.

“La declaración de Estado de emergencia con toque de queda hizo que se recordara la dictadura con todo lo que esta conlleva, con los militares por todas partes, haciendo que la rabia y el descontento se acentuara más(...)”

Co autxr, gen. Z



07

BIBLIOGRAFIA

DOCUMENTOS

- Acosta, N. (2015). El diseñador gráfico en el museo de hoy en tanto industria cultural (Magíster en Comunicación). Pontificia Universidad Javeriana Facultad de Comunicación y Lenguaje.
- Alonso, L. (2014). Un acercamiento a interfaces húmedos. In A. Fernández, *Pensar la imagen/pensar con las imágenes* (1st ed.). Madrid: Delirio S.L.
- Bauman, Z. (2007). *Vida de consumo*. Madrid: Paidós.
- Carr, N. (2011). *Superficiales: ¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes?*. Barcelona, España: Taurus.
- Concha, J.P. (2011). *La desmaterialización fotográfica*. Santiago, Chile: Ediciones Metales Pesados.
- Fontcuberta, J. (2016). *La furia de las imágenes, notas sobre postfotografía*. Barcelona, España: Galaxia Gutenberg.
- Frascara, J. (2011) *¿Qué es el diseño de información?*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Infinito.
- Garrido, S. (2019). *Habitantes de la imagen*. Facultad de Arquitectura Diseño y Espacios Urbanos, Pontificia Universidad Católica. Chile
- Gómez Cruz, E. (2012). *De la cultura Kodak a la imagen en red. Una etnografía sobre fotografía digital*. Barcelona, España: Editorial UOC.
- Hernández, F.H. (1998). *El museo como espacio de comunicación*. Madrid, España: Ediciones Trea, S.L.
- Ledesma, M. (2003). *El diseño gráfico, una voz pública (de la comunicación visual en la era del individualismo)*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Argonauta.
- Prada, J. M. (2018). *El ver y las imágenes en el tiempo de Internet*. Madrid, España: Akal Editores.
- Santacana, J., & Serrat, N. (2007). *Museografía didáctica* (2nd ed.). Barcelona: Ariel S.A.
- Sauro, J. y Lewis, J.R. (2016). *Quantifying the user experience: Practical statistics for user research*. Morgan Kaufmann.

MEDIOS ELECTRÓNICOS

- Amador, JC & Muñoz, G.(2021). Del alteractivismo al estallido social: acción juvenil colectiva y conectiva (2011 y 2019). *Rev.latinoam.cienc.soc niñez juv.* <https://doi.org/10.11600/rlcsnj.19.1.4588>.
- Bastidas, A. y Martínez, H. R. (2016). *Diseño social: tendencias, enfoques y campos de acción*, Colombia. En *Arquetipo volumen* (13), pp. 89 - 113. revistas.ucp.edu.co/index.php/arquetipo/article/view/277/268
- Bjögvinsson, E., Ehn, P. y Hillgren, P.-A. (2012). *Diseñar cosas y pensamiento de diseño: contemporáneo desafíos del diseño participativo*. *Problemas de diseño*, 28 (3), 101-116.
- Bustamante, A.(2018). *Lineamientos para la visualización de datos*. Recuperado de www.slideshare.net/antonio_bd/
- de la Garza Talavera, Rafael (2011). *Las teorías de los movimientos sociales y el enfoque multidimensional*. *Estud. polít. (Méx.)* [online]. n.22, pp.107-138. ISSN 0185-1616.
- Diaz, J. (2019). *Arte y política en plataformas de redes sociales: Instagram y el caso de Línea Peluda*. XIII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.
- Fuad-Luke, Alastair (2009). *Design activism: beautiful strangeness for a sustainable world* (cap. 1, 5, 6)[online]. Published by Earthscan in the UK and USA.
- García, L. A., & Bailey, O. G. (2021). *20 años de estudio sobre los medios de movimientos sociales, internet y redes sociodigitales en América Latina*. Espiral Estudios Sobre Estado Y Sociedad. <http://espiral.cucsh.udg.mx/index.php/EEES/article/view/7124>
- Guy Julier (2013) *From Design Culture to Design Activism*, *Design and Culture*, 5:2, 215-236, DOI: 10.2752/175470813X13638640370814
- Hermansen Ulibarri, P. & Fernández Droguett, R. (2018). *La foto etnografía como metodología de investigación para el estudio de manifestaciones conmemorativas contestatarias en el espacio público*. *Universitas Humanística*. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.uh86.fmie>
- Flores Herrera, V. y González Pozo, D. (2020). *Estallido social en Chile 2019: comparación del tratamiento sobre el conflicto de la prensa tradicional y los medios nacidos en redes sociales*. (Trabajo Fin de Grado Inédito). Universidad de Sevilla, Sevilla. idus.us.es/handle/11441/103075

Markussen, T. (2016). Design Activism as a new method. SDU Design, Denmark.

Martí i Puig, Salvador (2004). *Los movimientos sociales en un mundo globalizado: ¿Alguna novedad?* Published by Universidad de Salamanca.

Martínez, E., Segura, R. (2015). *Cerebro, emociones y redes sociales*. Universidad de Granada, España.

NNGroup. (2014). *Task Scenarios for Usability Testing*. Recuperado de <https://www.nngroup.com/articles/task-scenarios-usability-testing/>

Parra, M. A. (2005). La construcción de los movimientos sociales como sujetos de estudio en América Latina. *Athenea Digital: Revista de Pensamiento e Investigación Social*, 8, 72-94. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-64548>

Pleyers, G. (2018). Movimientos sociales en el siglo XXI: perspectivas y herramientas analíticas. *Clacso*. <https://doi.org/10.2307/j.ctvnp0kds>

Rivera-Aguilera, G., Imas, M., & Jiménez-Díaz, L. (2021). Jóvenes, multitud y estallido social en Chile. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 19(2), 1-23. <https://dx.doi.org/10.11600/rlcsnj.19.2.4543>

Scherman, A., Peña, M., Correa, T. (2020). Encuesta de Jóvenes, Participación y Medios. *Ciclos Udp*. <https://ciclos.udp.cl/proyectos/encuesta-de-jovenes-participacion-y-medios/>

Seguel, E. & Heer, J. (2010). Narrative Visualization: Telling Stories with Data. Recuperado de <http://vis.stanford.edu/files/>

Subtel.(2020). Conexiones de Internet fija crecen 5,5% en Chile a junio de 2020. Recuperado de www.subtel.gob.cl/conexiones-de-internet-fija-crecen-55-en-chile-a-junio-de-2020/

Tironi, M. (2017). *Repensando la política desde el diseño (y el diseño desde la política)*. *Diseña*, (11), 37-45. <https://doi.org/10.7764/disena.11>

Valderrama, M (2016). *El devenir de la identidad digital: del yo proteico al yo identificado*. *Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad*, (11).

Vommaro, P. (2017). Territorios y resistencias: configuraciones generacionales y procesos de politización en Argentina. *Iztapalapa, Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*. <https://doi.org/gb44>

Yee, N. (2014). *The Proteus Paradox. How online games and virtual worlds change us and how they don't*. New Heaven, Yale University Press.

MEDIOS AUDIOVISUALES

García, Mario (2020). Transformando el periodismo para la era del móvil [ponencia] <http://y2u.be/iEB3oILm-qQ>

Mayol, Alberto (2020). *Pato silabario junto a Alberto Mayol*. [podcast] *TVM Constituyente*. <https://sptfy.com/6ijw~s>

Sinek, Simon (2011) Start with why: how great leaders inspire action [TEDx Talks] http://y2u.be/u4ZoJKF_VuA

COMUNICACIONES PERSONALES

Bernasconi, R. (comunicación personal, 20 de octubre, 2020)

Ureta, C. (comunicación personal, 7 de diciembre, 2020)

Briones, Á. (comunicación personal, 1 de abril, 2021)

Vega, R. (comunicación personal, 3 de junio, 2021)

Cortés, J. (comunicación personal, 17 de junio, 2021)

FIGURAS

[Fig. 1] En orden de lectura:

1. Segura, J.(2018). ¿Qué queda de Mayo del 68 después de 50 años?. [Diario] La hora digital. Recuperado de www.lahoradigital.com
2. Pravda, N.(2020). Chile memoria rebelde: La revolución pingüina del 2006. [Medio] Correo de los trabajadores. Recuperado de www.cctt.cl
3. Canora, M.(2020). La fuerza de las voces del feminismo en América Latina. EOM. Recuperado de www.elordenmundial.com
4. Aponte, E. El origen de la marcha feminista: Conoce su historia. [Blog] Chile psicólogos. Recuperado de www.chilepsicologos.cl
5. Liszt, G.(2021). A 39 años.La movilización que marcó el fin de la dictadura militar. La izquierda diario. Recuperado de www.laizquierdadiario.com
6. EFE.(2021). Protesta en Buenos Aires por falta de alimentos en los comedores sociales. El nuevo diario. Recuperado de www.elnuevodiario.com.do

[Fig. 3] Scherman, A., Peña, M., Correa, T. (2020). Encuesta de Jóvenes, Participación y Medios. Ciclos Udp. <https://ciclos.udp.cl/proyectos-encuesta-de-jovenes-participacion-y-medios/>

[Fig. 6] *Ibid.*

[Fig. 5] El Chile que viene: Uso de las redes sociales.(2019). Cadem. Recuperado de www.cadem.cl/encuestas/

[Fig. 18] Bustamante, A.(2018). Lineamientos para la visualización de datos. Recuperado de www.slideshare.net/antonio_bd/lineamientos-para-la-visualizacion-de-datos

[Fig. 19] Twarog, A.(2021). UI / UX Design Tutorial – From Zero to Hero with Wireframe + Prototype + Design in Figma. Free code camp. Recuperado de www.freecodecamp.com

[Fig. 20] Patel, S.(2013). Wireframe for website. Recuperado de www.behance.net

[Fig. 44] Material de libre descarga, recuperado de www.freepick.es

[Fig. 45] Inostroza, M.I.(2020). 18-O: Marchas, quemas y saqueos marcan cierre del primer aniversario estallido social. Rock&pop. Recuperado de

www.rockandpop.cl

[Fig. 46] Arte popular.(2019). *Fundación Actual reedita valiosa obra de arte de 1999*. Recuperado de: www.artepopular.cl

[Fig. 60] Newsweek México.(2021). Recuperado de www.newsweekspanol.com

[Fig. 61] Studio incendio.(2019).Wikipedia commons. Recuperado de en.wikipedia.org

[Fig. 62] White, L.(2021). Material de libre descarga en: unsplash.com/photos/zjNAqyReNeM

REFERENTES

[Fig. 6] Colombo, G.(2016).Fake, flames & memes. Density Design Research Lab. Recuperado de www.medium.com/densitydesign

[Fig. 7] Área de Investigación y datos.(2021). 27F . La tercera. Recuperado de www.latercera.com/

[Fig. 8] Winnston, A.(2015). Vangardist magazine prints 3000 copies with HIV+ blood-infused ink. Deezen. Recuperado de www.dezeen.com/

[Fig. 9] Robles, P., Long, D. Wong, D.(2019). 100 días de protesta en Hong Kong. South China Morning Post. Recuperado de www.scmp.com/infographic/

[Fig. 10] Página de inicio de Reuters Graphics, recuperado de www.graphics.reuters.com/

ANTECEDENTES

[Fig. 11] Andrade, S. (2020). Sección especial 18 de octubre. EstallidoSocial.com, recuperado de www.estallidosocial.com

[Fig. 12] Proyectos 18-O. (2020). Sección de cultura. Goethe institut Chile. Recuperado de www.goethe.de

[Fig. 13] Becerra, a. (2020). “La Ciudad como Texto”: el sitio que invita a recorrer de manera virtual las marcas del estallido social. Radio Universidad de Chile. Recuperado de www.radio.uchile.cl

[Fig. 14] Museo Thissen Bornemiza.(2015-2016). Arquetipos - Edvard Munch. Recuperado de www.static.museothyssen.org

[Fig. 15] Neira, R. (2020). Museo del Estallido Social: “Las personas no salen 100% igual de acá”. Recuperado de www.cultura21.cl

[Fig. 16] Anónima. (2012). Página Voces con futura. Recuperado de vocesconfutura.org



08

ANEXOS

Estructura encuesta utilizada

Sección 1: Consentimiento informado

Texto intro:

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Antes de comenzar es importante aclarar que esta encuesta es un trabajo a escala humana, que permite acceder al uso de “Stories” desde quien los crea, y no desde la App. Además se propone desde una co autoría, donde una muestra de participantes representarán a los jóvenes de Santiago del Estallido social, y generarán el contenido de un sitio de visualizaciones(ejemplo se muestra más abajo).

Es de suma importancia para el desarrollo del prototipo de proyecto de Título de María José Soto, para dar un seguimiento. El resto se expondrá en una plataforma web, como dtos agrupados con las respuestas generales de lxs co autores.

Contacto: Si usted tiene alguna consulta o preocupación respecto a sus derechos como co autor de este proyecto, puede contactarse a mjsoto@uc.cl

Se recomienda completar el cuestionario desde un computador/tablet, con el celular a mano.

Selección múltiple:

- Acepto formar parte y ser co-autor
- Prefiero no participar

Sección 2: Recopilación datos generales

**Los datos de las preguntas de 1 - 5 no se publicarán.*

1. Indique su nombre
(Abierta)
2. Nombre de tu cuenta de Instagram
(Abierta)
3. N° Seguidos
(Abierta)
4. N° Seguidores
(Abierta)
5. Tipo de cuenta
 - pública
 - privada
6. ¿A qué generación perteneces?
 - Generación Z (1997-2010)
 - Generación Y (1981-1996)
 - Otra
7. Comuna/provincia de residencia
(Desplegable)

Sección 3: “Instagram y activismo digital”

Texto intro

Durante la revuelta social desatada a partir de octubre de 2019, se presenta un aumento de uso de medios no formales para informarse. Uno de los más destacados es la aplicación y red social Instagram. Donde se desencadena el activismo digital o un segundo escenario de este acontecimiento.

Preguntas

1. En promedio ¿Qué tanto utilizas esta red social?
(Rangos con selección múltiple)

2. Durante el Estallido ¿Cuánto crees que usabas esta app? (Rangos con selección múltiple)

3. ¿Dejaste de usar temporalmente tu cuenta durante el Estallido? (Rangos con selección múltiple)

4. ¿Te consideras con una postura política definida?
Descríbela brevemente (Párrafo)

5. ¿Has compartido o compartirías contenido de carácter informativo que represente una postura política diferente a la tuya? ¿Cuál? (Párrafo)

6. Si respondiste que no en la pregunta anterior ¿Puedes explicar, reflexionar por qué no o qué consecuencias crees que traería? (Párrafo)

7. Revisa tus historias archivadas y marca los tres días que tienes más historias:
(Casillas, máximo 3 respuestas, con opción a otro)

8. ¿Cuántas historias subiste en esos días?
(Respuesta corta)

9. ¿Cuáles son las 5 cuentas que más compartiste en historias? (Respuesta corta)

10. ¿Creaste contenido propio durante el Estallido?
Cuéntanos (Respuesta corta)

10.b ¿De qué connotación? (Casillas sin límite)

11. ¿Tomaste registro fotográfico de lo acontecido en tus historias? ¿Cuántas? (Selección múltiple)

11.b ¿De qué connotación? (Casillas sin límite)

12. ¿Tomaste registro fotográfico que NO fuese del Estallido social en tus historias? ¿Cuántas?
(Rangos con selección múltiple)

13. ¿Compartiste contenido (de otros) sobre la revuelta social en tus historias? ¿Cuántas?
(Rangos con selección múltiple)

13.b ¿De qué connotación? (Casillas sin límite)

14. ¿Compartiste contenido de otros que NO fuese sobre el Estallido social en tus historias? ¿Cuántas? (Rangos con selección múltiple)

15. Luego de recordar tus historias, ¿Subiste alguna que ya no te hace sentido o que compartiste sin analizar su contenido realmente? (Respuesta corta)

16. Hito o momento más significativo a tu criterio dentro del estallido (a nivel nacional/social) (Casillas sin límite)

16.b ¿Por qué? (Párrafo)

■ Sugerencia de dejar su contacto (respuesta corta)

Respuestas agrupadas

Horas de uso durante el Estallido	Cuenta de Horas uso en Estallido
- 1 hora diaria	3
1 hora diaria	15
2 horas diarias	10
2 horas y media diarias	15
3 horas diarias	19
más de 3 horas diarias	38
Total general	100

Horas de uso actual	Cuenta de Horas de uso actual
- 1 hora diaria	3
1 hora diaria	15
2 horas diarias	31
2 horas y media diarias	12
3 horas diarias	22
más de 3 horas diarias	17
Total general	100

Hito más importante del Estallido	Cantidad
Alza 30 pesos	10
Declaración estado de emergencia	23
Marcha más grande de Chile	60
Nueva constitución	37
Primeras evasiones en el metro	26

Compartir	Recuento
0	11
1 a 5	1
5 a 10	35
11 a 15	14
16 a 20	4
20 a 25	7
26 a 35	4
más de 35	12

*14 no respondieron

Compartir N.E	Recuento
0	38
1 a 5	2
5 a 10	30
11 a 15	11
16 a 20	3
20 a 25	1
26 a 35	4
más de 35	4

*14 no respondieron

Registro fotográfico	Recuento
0	1
1 a 5	5
5 a 10	43
11 a 15	10
16 a 20	4
20 a 25	4
26 a 35	2
más de 35	14

Registro fotográfico N.E	Recuento
0	22
1 a 5	5
5 a 10	36
11 a 15	12
16 a 20	5
20 a 25	3
26 a 35	1
más de 35	5

*14 no respondieron

Se arrepienten de subir	15
No se arrepienten	71
No subieron	2

Día	Personas	Recuento total
06-oct	1	9
14-oct	5	16
18-oct	27	190
19-oct	12	128
20-oct	10	114
21-oct	53	451
22-oct	33	235
23-oct	11	57
24-oct	21	170
25-oct	36	341
26-oct	3	22
27-oct	1	14
28-oct	1	6
29-oct	3	28
01-nov	1	3
03-nov	1	4
05-nov	1	8
06-nov	1	13
07-nov	1	9
08-nov	1	9
09-nov	15	96
10-nov	1	7
12-nov	2	2
13-nov	1	11
14-nov	2	6
24-nov	2	9
25-nov	9	93
27-nov	1	5
29-nov	1	6
04-dic	8	51
06-dic	1	4
07-dic	1	7
13-dic	1	10
14-dic	1	8
No subio nada	3	0

Para ver más respuestas, diríjase al siguiente [link](#)

Respuestas opiniones

4. ¿Te consideras con una postura política definida?

Algunas respuestas

R: Creo que tengo una postura política definida, soy de derecha, creo en el libre mercado y en un estado subsidiario, estoy a favor de la libertad de elección de las personas y de la organización de las personas naturales en sociedades. También creo en la libertad de educación de los padres, en el matrimonio homosexual, adopción homoparental, estado laico, afp mixtas y ojalá Jadue no sea el próximo presidente de Chile. En la Araucanía hay discriminación y terrorismo, son dos problemas muy grandes y muy diferentes. Me cargan los partidos políticos, todos son unos cerdos y todos roban. Menos dieta parlamentaria, ministro de educación profesor. Más vivienda en terrenos del estado (poduje (que me cae como el xxxx) tiene una teoría bien buena al respecto). Viva el metro.

R: No, ya que aún tengo muchas dudas de cómo creo que se debería guiar un país. En variados temas no me he informado lo suficiente, mientras que en otros en que sí, no he logrado tener certezas. A continuación, algunos pensamientos de los que sí estoy seguro y forman parte de mi postura política: - La educación es el eje de cualquier cambio que se quiera lograr en una sociedad. - El “mercado” no se puede regular solo. - El Estado debe garantizar herramientas para que las brechas sociales disminuyan con el tiempo.

R: Si, actualmente no me siento representada por todos los partidos en Chile, sobre todo con la UDI, DC, Evópoli, etc... (Todos los que se inclinan a la derecha). Podría decir que me represento con los valores marxistas, que inclinan hacia el bien común y una vida digna. Por

ejemplo: el PC, no el PS. Obvio aún soy joven y me queda mucho por aprender y descubrir, así que también estoy en constante búsqueda de información.

R: Sí, soy feminista. Busco conseguir y eliminar las diferencias entre el hombre y la mujer (Igualdad), optando por eliminar la dominación y violencia de los Hombres sobre las mujeres. En la política, me considero del partido Frente Amplio: Partido conformado de izquierda (No considero a Chile Vamos, dentro de mi ideología).

R: A favor de una política en donde el estado cuide a toda la ciudadanía, animales y recursos naturales y proteja del abuso empresarial hacia los seres vivos y el ecosistema.

R: Sí, me dispongo desde una postura feminista, ecologista y de un bien común. Consciente de los grupos marginados. Dignificando tanto lo social como lo económico.

R: No mucho la verdad, siento que hay buenas ideas de muchas partes y hay que tomar de todo un poco. Lo que no tolero de ninguna postura política es la violencia.

R: No me informo de política, no me interesan los partidos políticos. Me interesan los ddhh, el cuidado del medio ambiente y el crecimiento económico sustentable.

R: Me considero de centro, estoy abierta a distintas posturas tanto de derecha como izquierda, sin embargo, en temas valóricos me considero más bien progresista.

R: Tendencia de izquierda, lejos de la política tradicional.

R: Sí, considero tener una postura política definida la cual represente equidad, justicia y seguridad para todos los ciudadanos de nuestro país.

R: Sí, una postura que tienda a la libertad de cada uno, disminuya la desigualdad social, que deshaga el patriarcado y frene el capitalismo.

R: No tengo un partido político súper definido, pero tengo ideologías similares a algunos partidos de izquierda o similar al frente amplio.

R: Si, creo en el poder que tienen las comunidades, y que el sistema capitalista neoliberal y toda la clase política debe ser cambiada.

R: Si, de izquierda, pero no partidista, creo en los movimientos sociales independientes y en las organizaciones de base y comunitarias.

R: Izquierda, no me parecen las decisiones políticas que impliquen incrementar la desigualdad o vulnerar los derechos de las personas.

R: Creo que lo único definido que tengo es que no sigo la ideología de partidos de derecha, prefiero las de centro o izquierda.

R: Sí, me identifico más con la izquierda y si tuviera que elegir con RD pero ningún partido me hace sentir 100% representada.

R: De Derecha, Liberal, capitalista y no creo en la igualdad de género pero si en la igualdad de oportunidades.

R: No definida, lo que me haga más sentido sin necesariamente identificarme con un partido. Más de derecha.

R: Sí, no me defino con algún partido. Me interesa que se respeten los derechos humanos y de la tierra.

R: No me adhiero a ningún partido, pero tengo inclinaciones a posturas más sociales y de izquierda.

R: No considero que tenga una postura política definida, pero tiendo a no simpatizar con la derecha.

R: Si, si bien no relacionado a un partido político tengo pensamientos e ideales de izquierda.

R: Izquierda, no restringir las libertades individuales solo para no incomodar a unos pocos.

R: La verdad no, pero me dejo guiar por quien vela y defiende la dignidad de las personas.

R: No específicamente, soy de la idea que para opinar hay que estar muy bien informado.

R: No, considero que mi postura es de carácter más humano y globalizado que político.

R: No definida totalmente, pero se podría ubicar entre izquierda y centro izquierda.

R: Si, en contra del abuso de poder, la privatización de recursos naturales etc.

R: Me considero feminista, de izquierda y con interés en la equidad social.

5. ¿Has compartido o compartirías contenido de carácter informativo que represente una postura política diferente a la tuya? ¿Cuál?

Algunas respuestas

R: He compartido contenidos respecto de los cuales soy crítica, pero no suelo compartirlos en historias a menos que me parezcan demasiado indignantes o para desmentir fake news.

R: Si lo compartiría, para hacer reflexiones, no sé cuál específicamente, pero no lo compartiría llamando a pensar así, si no para que las personas que lo vean reflexionen acerca de eso.

R: No suelo compartir historias en mis redes sociales pero en caso de encontrar algo que me interese o afecte de alguna manera, lo comparto independiente de la postura.

R: Sí, compartiría tanto para contraargumentar una postura política diferente a la mía como para informar datos verídicos.

R: Información que encuentro absurda, en tono de burla, o información que me parece intolerante y la subo desde la parada informar.

R: No, en general no comparto nada de contenido informativo político.

R: No he compartido contenido de ese tipo, pero creo que si compartiría, si se tratara de información que aporte a la discusión.

R: Solo compartiría información de una cuenta de distinta postura política a la mía si es que la información de la publicación es meramente informativa y sin contenido político (ejemplo: compartiría una publicación de x partido sobre los pasos a seguir para sacar la plata de la afp).

R: Si compartiría publicaciones informativas que representen una postura diferente a la mía, mientras sean basadas en análisis cuantitativos y objetivos. Aunque no recuerdo haber compartido publicaciones fuera de mi postura política en redes sociales.

R: Sí, si fuera algo netamente informativo y que a pesar de no pertenecer a mi postura propiamente tal sea consecuente con lo que yo pienso. No lo he hecho porque no ha pasado.

R: Entendiendo como postura política los pensamientos descritos en la respuesta anterior, si compartiría contenido que represente una distinta a la mía, solo en aquellos casos en que me haya echo reflexionar o darme cuenta de algo importante que antes no conocía. De todas formas, no lo compartiría en mi historia, si no con las personas con las que hablo de ese tema.

R: No lo he hecho, probablemente lo haría solo si considero que la información que incluye es relevante, puedo no estar de acuerdo con sus principios pero es necesaria de conocer antes de formar una opinión concreta.

R: En general no comparto información de un partido u otro en RRSS, pero si es que comparto algo si va a ser de izquierda.

R: Lo he hecho de manera irónica y lo haría de manera seria si fuera algún tipo de información científica bien analizada por ejemplo algo relacionado al aborto, las vacunas, etc que permitan desarrollar un argumento que vaya en contra de los que utilizo para defender, por ejemplo, mi postura pro-aborto.

R: Sí. Noticias relevantes, reflexiones de otrxs usuarixs, fotos que saco, etcétera.

R: Sí, cuentas públicas de Piñera, video expositivo de Joaquin Lavin de cómo cocinar con \$2000 diarios, entre otras a modo de informar y generar conciencia.

R: No creo, a menos que sea información científica o estadística, donde de exactamente lo mismo la orientación política de quién difunde.

R: Sí, información relevante respecto a medidas anunciadas del gobierno.

R: Sí, siempre compartí contenido informativo de carácter político y social (aunque en su mayoría era de acuerdo a mi postura personal), sin embargo, compartí y comparto diversas posturas a partir de un contexto o situación determinados.

R: La verdad es que no comparto muchas cosas en las redes sociales a parte de cosas más personales (stories) pero si lo haría si me pareciera correcto.

R: Sí, creo recordar que compartí información de partidos de derecha, con fines de poder comunicar temas que durante el estallido se mal entendían.

R: No comparto nada que tenga que ver con política.

R: Sí, creo recordar que compartí información de partidos de derecha, con fines de poder comunicar temas que durante el estallido se mal entendían.

R: No suelo compartir contenido informativo de ningún tipo, pero de hacerlo, sería cualquier información relevante, que provenga de una fuente confiable.

R: Si, de las ideas son buenas vengan de donde vengan. El problema es que la gente se trata muy mal por redes sociales. No se cual ahora Jaja pero hace poco compartí una publicación de boric (que creo que es un estúpido) pero era buena.

R: Si, competí información sobre el estallido, las violaciones a ddhh, en contra de carabineros y del gobierno, etc.

R: Si, creo que es importante compartir política referentes a la sexualidad y el papel de la mujer en la política, además de generar conciencia del cambio climático.

R: Creo que alguna vez compartí (a modo de burla) algún afiche donde daban mal información sobre marchas o eventos.

R: Sí, para criticarlo. Prefiero no censurar posturas distintas a la mía pero si interpelarlas hasta la última coma.

R: Si, creo que es importante saber distintas posturas, para tener una mejor opinión.

R: Mientras mantenga la línea política democrática no veo mayor dilema si es informativo.

6. Si respondiste que no en la pregunta anterior ¿Puedes explicar, reflexionar por qué no o qué consecuencias crees que traería?

Algunas respuestas

R: Si es representativo de una postura con la que no concuerdo, sirve para informar y expandir esa ideología.

R: En realidad tengo muy poca actividad en instagram, pero si fuera más activa compartiría cosas que me representaran o con las que estaría de acuerdo, no creo que compartiría algo opuesto a lo que pienso.

R: No me gustaría promover información que hable sobre mejorar la economía de un país que aún le falta invertir muchísimo en otras necesidades básicas como la educación y la salud. Sobre todo si esa mejora económica implica privatizar el agua, explotar nuestros recursos naturales y lucrar con las personas.

Por otro lado, las posturas políticas que no me representan (la derecha) tienen pensamientos muy conservadores. Soy una mujer feminista y me rodeo de muchas personas de la comunidad LGBTQ+, creo que compartir una postura que no apoye el matrimonio igualitario, el aborto legal, seguro y gratuito, etcétera, no ayudará al progreso de las personas de este país.

R: Considero que mi postura política está basada en lo valórico, por lo que no comparto cosas que no me representan valóricamente.

R: Tengo claras mis posturas y considero que difundir información que no va con mi principios éticos no es adecuado.

R: A mí me molesta ver contenido político o “no agradable” cuando estoy en IG. Siento que aumenta el odio y el morbo entre las personas. Entiendo que uno quiera dar su opinión o exponer ciertas cosas, pero el objetivo de IG no es ese (o al menos no en un comienzo). Para mí es una red social “livianita” para ver qué han estado haciendo tus amigos, famosos, etc. para ver fotos y videos lindos y entretenidos. Si quisiera informarme sobre política o saber las opiniones de otros, veo/leo las noticias o me meto a Twitter.

Al comienzo del estallido evité meterme a IG porque estaba cargado de imágenes, videos y noticias cargadas de negatividad que simplemente no me aportaban y que, al contrario, me afectaban anímicamente. Lo que hice después, una vez que las publicaciones se calmaron un poco, fue silenciar (no eliminar ni bloquear) las historias de personas que continuaban publicando contenido “negativo” (no quiero llamarlo malo, de odio, o lo que sea, porque mi malestar no pasa por diferencias ideológicas, el contenido desde cualquier punto de vista era negativo, no mostraba cosas alegres).

Otra cosa es la información falsa, que creo que no hay necesidad de explicar.

R: No me gusta exponer mis ideas políticas en contextos no seguros, se pueden generar conflictos innecesarios.

R: No porque no representa mis ideales y no me hace sentido, no tengo por qué compartir algo que no me parece correcto y no tengo por qué demostrar alguna ideología con la que no me siento cómoda.

R: Como dice la pregunta, tendría una postura diferente a la que comparto por lo que no me sentiría cómoda compartiendo algo que no creo realmente

R: No me gusta compartir contenido informativo en general por un tema de que por más importante que sean, uno puede nunca saber la veracidad de los hechos, o como son realmente las cosas. Muchas veces ese contenido tiene cosas muy subjetivas que pueden afectar los puntos de vista de las personas.

R: En general no es un tema que me interese mucho o del que me informe lo suficiente como para tener una opinión informada y responsable.

R: No me gusta publicar contenido político en mis historias porque siento que te expones mucho. La razón por la que no compartiría contenido de carácter informativo con una postura diferente a la mía no es por el hecho de que esté en desacuerdo políticamente (si es información real da lo mismo de donde provenga), sino que en general no suelo publicar historias.

R: Si subo algo de otra postura sería para argumentar porque creo que esta incorrecto, y no me gusta decir por redes sociales opiniones así cuando pueden ser sacadas de contexto, me defiendo y refuto otras opiniones en la vida real.

R: No me gusta exponer mis ideas políticas en contextos no seguros, se pueden generar conflictos innecesarios.

R: No me siento muy informada de los temas políticos y eso esta mal pero en su momento si comparti cosas porque al igual que varios sentia la injusticia.

R: Creo que cuando se comparte contenido que representa una postura política diferente a la propia suele ser para manifestar desprecio, desagrado, criticar lo que se dice o insultar. Prefiero no contribuir a la violencia en redes sociales. Con respecto a otros usos, por ejemplo mostrar e informar sobre otras posturas para no quedarse encerrada en lo que una cree o diversificar el debate, me parece que es válido, pero muchas de las ideas que defiendo son minoritarias o reivindicatorias y en ese contexto me parece más importante aprovechar el espacio para dar a conocer argumentos o hechos que apoyen los movimientos en los que creo que seguir dándole tribuna a lo hegemónico (los grandes medios de comunicación en general tienen esa línea más central o directamente de derecha/capitalista/patriarcal).

R: No me siento muy informada de los temas políticos y eso esta mal pero en su momento si comparti cosas porque al igual que varios sentia la injusticia.

R: No me gusta compartir contenido informativo en general por un tema de que por más importante que sean, uno puede nunca saber la veracidad de los hechos, o como son realmente las cosas. Muchas veces ese contenido tiene cosas muy subjetivas que pueden afectar los puntos de vista de las personas.

R: Porque no me representa, instagram es una extensión de mi persona y no voy a compartir algo con lo que no estoy de acuerdo.

R: No lo hago porque en general no me gusta involucrarme en política, se sabe que cuando uno publica aunque sea solo su opinión llegaran muchas respuestas de todos creyéndose dueños de la verdad.

16.b Hito o momento más significativo a tu criterio dentro del Estallido ¿Por qué?

Algunas respuestas

R: Creo que lo más importante fue poder ver la magnitud y la real necesidad de las personas y de las demandas que se vienen acumulando durante tantos años.

R: Fue bonito ver como todes nos unimos por una misma causa y pudimos ver resultados que se están viendo ahora.

R: La marcha más grande de Chile: porque implica una unión histórica sin importar los partidos u ideologías políticas, sin segregaciones.
Proyecto nueva constitución: porque concretizar las ideas para cambiar una constitución sobretodo hecha en dictadura es un hito importantísimo y un cambio radical.

R: Encuentro fuerte que hayan sacado a los milicos considerando un ente imponente y principal de los tiempos de dictadura en Chile. Y la marcha porque éramos muchísimos que nos sentíamos pasados a llevar, hartos y con rabia.

R: Porque es un hecho que se había estado acumulando hace mucho tiempo, que por un comienzo fueron \$30 pesos para hacer el “boom” en la ciudadanía, pero que venía ya hace un tiempo y que se desencadenó después de hartos y fue todo de una, por lo mismo fue más fuerte ver personas en las calles, manifestándose por el mismo hecho, exigiendo todos una reforma, etc.

R: Creo que son los hechos que marcaron la diferencia. El alza generó la explosión del estallido y la marcha demostró que no somos un par si no que muchos.

R: Porque es un hecho que se había estado acumulando hace mucho tiempo, que por un comienzo fueron \$30 pesos para hacer el “boom” en la ciudadanía, pero que venía ya hace un tiempo y que se desencadenó después de hartos y fue todo de una, por lo mismo fue más fuerte ver personas en las calles, manifestándose por el mismo hecho, exigiendo todos una reforma, etc.

R: Para mí el comienzo del estallido fue lo más recordable, los días previos se sentía que algo venía, por ejemplo en el metro de SJ el día 17 con el video del profe de la cato rompiendo un torniquete o las evasiones masivas que organizaban los escolares durante esa semana. Y el día 18 en la noche, ver la tele fue impactante, no me esperaba que escalara tan rápido, además siento que viví el estallido prácticamente por la tele y RRSS al estar aislada en Talagante, lo que también creo otra imagen del estallido de lo que otros vieron en vivo (con una saturación de información enferma).

R: Demostró que había algo en común que podemos manifestar de forma pacífica demostrando que no todo es destrucción.

R: El Estado de Emergencia, por lo simbólico de su presencia en Chile con historia de dictadura y porque allí todes quienes no cachaban las evasiones o quienes las cachabamos sin que nos impactara tanto, entendimos un poco su trascendencia. La marcha también por lo simbólico de ver las calles tan tan tan llenas. Independiente de las diferentes posturas, había tanta gente que ya era imposible seguir criminalizando la protesta o negando que hubiese descontento.

R: Porque fueron las instancias que más esperanza nos dieron.

R: Se nota fácilmente que la mayoría de Chile quería un cambio urgente, salir a que los escuchen y así poder cambiar algo de lo que están logrando ahora con la constitución, es por eso la marcha más grande.

R: Porque fue cuando la ciudadanía chilena se reunió a pesar de las diferencias por un bien común. Literalmente fue la U y el Colo TOCANDO JUNTOS CON HINCHADA Y TODO!

R: El proyecto de la nueva constitución fue lo que más me emocionó porque encontré muy sorprendente que después de tantos años con la constitución de dictadura al fin se está haciendo algo real para cambiarlo. Por otra parte, la marcha más grande creo que fue un evento histórico que dejó en claro los problemas del gobierno y el descontento social.

R: A pesar de que el alza del metro fue la gota que rebalsó el vaso, siento que lo que vino después fue mucho más significativo, estar cambiando la constitución es un gran paso. A pesar de ello, da miedo debido a la gente que está al mando de esa situación y bueno la privación de las libertades individuales también en un hecho creo yo que ha sido muy impactante, donde se ha restringido la libre circulación que ha durado hasta hoy en día efecto de la pandemia.

R: Porque es un hecho en el cual se comienza a tomar acción que pueden provocar cambios a largo plazo para Chile y en muchos ámbitos. Un nuevo proyecto constitucional es capaz de remover todas las bases que rigen a nuestro país hasta el momento.

R: Con eso pudimos darnos cuenta de que la mayoría pensábamos igual y que todos juntos podíamos cambiar las cosas.

R: Creo que cuando se empezaron a quemar las primeras estaciones y salió Piñera diciendo que declara estado de emergencia fue el momento en que se hace imposible negar que hay un descontento generalizado y que el gobierno está muerto de miedo y utilizando las herramientas que tiene a la mano para intentar frenar a toda costa esta explosión social.

R: La declaración de estado de emergencia con toque de queda hizo que se recordara la dictadura con todo lo que esto conlleva, con los militares por todas partes, haciendo que la rabia y el descontento se acentuara más, ya que la única respuesta del gobierno fue la represión y violación de DDHH. Y la marcha más grande porque se demuestra que el descontento es algo que afecta a gran parte de Chile y nos unimos para manifestarlo.

R: Porque el alza de los 30 pesos fue el detonante de todo, y el proyecto de la nueva constitución fue la manifestación de que se pueden lograr cosas cuando existe injusticia social.

R: Me parece que todos fueron hitos importantes pero las evasiones en el metro derivaron en que la gente alzara la voz finalmente. Y el proyecto de la nueva constitución marca un antes y un después en Chile.

R: Creo que la marcha marcó un antes y un después en la opinión de la gente, ya nadie se sentía ajeno a las demandas. Y con respecto al proyecto de la nueva Constitución, creo que fue una señal para algunos y una medida parche para otros por el modo en que se llegó, pero de ambas formas causó mucho revuelo.

R: Primera vez que se vivía esto.

Para ver más respuestas, diríjase al siguiente [link](#)

Fórmula nivel de confianza

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{\frac{z^2 \cdot p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \cdot p(1-p)}{e^2 N} \right)}$$

Donde **N** = tamaño de la población • **e** = margen de error (porcentaje con decimales) • **z** = puntuación **z**

**N: calculado según cifras del [CENSO de 2017](#)*

**Fórmula calculada a través de cálculo en [Survey Monkey](#)*

Consentimiento material fotográfico

The image shows two screenshots of digital communication. The top screenshot is an email interface. The search bar at the top says "Buscar en todas las conversaciones". The email title is "Solicitud consentimiento proyecto de título Diseño" with tags "Externo" and "Recibidos x". The sender is "Maria Jose Soto Williams" and the recipient is "Fernando Prado Becerra". The email content discusses a request for consent for a photography project and expresses gratitude for the recipient's support.

Solicitud consentimiento proyecto de título Diseño Externo Recibidos x

Maria Jose Soto Williams vie, 18 jun 10:28 ☆
Hola Fernando, Soy María José Soto, estudiante de Diseño y me encuentro actualmente realizando mi proyecto de título, en donde decidí exp...

Fernando Prado Becerra <talleresfercho@gmail.com> vie, 18 jun 9:33 ☆ ↩ ⋮
para mí, Fernando ▾
Hola María José,

No hay problema y gracias por escribirme, no sabes lo difícil que es hacer seguimiento a las imágenes ... y es importante para mi saber mas o menos el alcances de mis imágenes, mas que por la parte económica, es para darse fuerza y seguir creyendo en mi trabajo, si lo consideras para el tuyo, pues me indica que es un camino que ha tenido algún resultado, así que me da fuerzas para seguir haciendo fotografía de calle.

Es para mi importante que hayas además de escribirme, ocupar mi fotografía, no es problema, me da gusto.

Que te vaya muy bien en tu trabajo.

Saludos,

Fernando Prado Becerra

The bottom screenshot is a WhatsApp chat with the contact "maca.af". The date is "18 de junio de 2021 13:13". The messages are:

Holaa

Si va con el crédito correspondiente (Macarena A. Fuentes, mi nombre) ningún problema! ❤️

Consentimiento co-autorxs

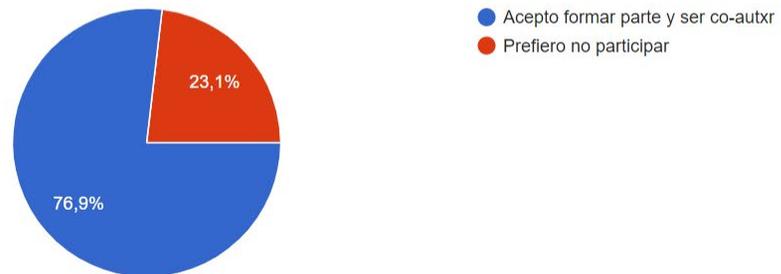
Resumen

Pregunta

Individual

Una de las visualizaciones principales sería algo así. Una línea de tiempo con los días con más historias, donde el tamaño de la imagen representa la popularidad/alcance de esta.

134 respuestas



Pauta testeo I, wireframe

Introducción tipo

[presentarse y contar el proceso previo con la encuesta]

“El siguiente testeo corresponde a una interfaz de una narrativa visual interactiva para la web, a través de un wireframe, que es básicamente el esqueleto de cómo funciona el sitio.

Deberás simular recorrer la página, la cual se dispone en la plataforma *Miró*, utilizada para trabajos colaborativos, que en este caso permitirá ir monitoreando tus movimientos a lo largo del testeo. Al inicio hay conceptos que debes evaluar, además de una simbología para mejorar la simulación.

Es importante que para este ejercicio pienses en voz alta, es decir, digas lo que se te viene a la cabeza en el momento durante el proceso, ya que esta información es sumamente valiosa para los resultados que estamos recopilando. En caso de que no sepas qué hacer, puedes pedir ayuda técnica. Al final del testeo puedes agregar comentarios o apreciaciones generales.

Muchas gracias desde ya por tu participación, ahora procederemos a iniciar el testeo”.

Métricas

1. Tiempo de lectura (largo total)
2. Orden secciones (analizar secuencia)
3. Lenguaje web (facilidad de entender interacciones y títulos “atractivos”)

Pauta testeo II, usabilidad

Introducción tipo

“El siguiente testeo de usabilidad corresponde a una interfaz de una narrativa visual interactiva para la web, un proyecto de título de la escuela de Diseño UC.

Bajo un rol, deberás completar una serie de 4 tareas que te guiarán por distintas etapas de la interfaz. Deberás realizar las interacciones necesarias para completar la tarea que se te pide seleccionando con el cursor directamente en los componentes de la interfaz simulada.

Es importante que para este ejercicio pienses en voz alta, es decir, digas lo que se te viene a la cabeza en el momento durante el proceso, ya que esta información es sumamente valiosa para los resultados que estamos recopilando. En caso de que no sepas qué hacer, puedes pedir ayuda técnica. Al final del testeo puedes agregar comentarios o apreciaciones generales.

Muchas gracias desde ya por tu participación, ahora procederemos a iniciar el testeo”.

Roles a tomar en cuenta

1. Eres un joven que vivió el Estallido social de Chile y te encuentras con esta página desde tu computador, por lo que decides averiguar de qué trata y comparar tus historias con las que aparecen.
2. Eres una persona chilena, quien vive en el extranjero y quiere saber más sobre el Estallido de hace un tiempo. Te envían este enlace y comienzas a verla, por lo que aprietas todo en busca de conocimiento.
3. Eres un joven que vivió el Estallido social de Chile y quieres saber qué historias subió el resto de la gente, decides buscar al menos cuáles fueron las cuentas más populares de esta investigación experimental.

Tareas

1. Buscar en la sección de conectividad la definición del movimiento de 2019.
2. Dar con al menos una de las preguntas que se encuentran escondidas a lo largo de la narrativa.
3. Ver en la sección de jóvenes los porcentajes de los gráficos presentes.
4. Ver en la sección de connotaciones, más información del tópico “Contra el gobierno”.

Resumen de resultados tareas

	Tarea 1	Tarea 2	Tarea 3	Tarea 4
Usuario 1	No logrado	No logrado	Logrado	Logrado
Usuario 2	Logrado	Logrado, a mitad del test	Logrado	Logrado
Usuario 3	No logrado, *desde celular	No logrado	No logrado	Logrado
Usuario 4	No logrado	Logrado, a mitad del test	Logrado	Logrado
Usuario 5	Logrado	Logrado	Logrado	Logrado
Usuario 6	No logrado	No logrado	Logrado	Logrado



REFLE 
XIONATE